

## SUMARIO

- ▷ Colectivos [de artistas y diseñadores]  
2º Jornadas de Creación y Medios  
Página 2
- ▷ 5 Días de Creatividad Publicitaria  
Jornadas de Capacitación [workshops  
y conferencias]  
Página 3
- ▷ Semana de Moda UP  
Página 2
- ▷ Hunter Experience  
1º Jornada de Turismo Aventura  
Página 2
- ▷ Diálogo con Profesionales  
Página 2
- ▷ Seminario Internacional de  
Design Connection  
Página 2
- ▷ Seminario Posicionamiento de marca.  
La importancia de una comunicación  
integral.  
Caso Cartier - Charlotte Solnicki  
Página 3
- ▷ Calendario Noviembre-Diciembre  
Entrega de Premios  
Página 3
- ▷ Reseña de la Jornada Diseño y  
Hotelería Argentina  
Páginas 4 y 5
- ▷ XII Edición de Asistentes Académicos  
Página 5
- ▷ Proyectos Jóvenes de Investigación y  
Comunicación  
Página 5
- ▷ Estudiantes de la Facultad premiados  
Concursos 2006\_1  
Páginas 6 y 7
- ▷ Talleres Computación Gráfica  
Página 7
- ▷ Proyectos de Graduación  
Páginas 8 y 9
- ▷ XV Edición Premio Estímulo  
Página 9
- ▷ Trabajos Reales para Clientes Reales  
Página 9
- ▷ XXV Colación de Títulos y Grados  
Discursos de egresadas de la  
Facultad  
Página 10
- ▷ Reseña del Seminario de Vinos y  
Bodegas  
Página 11
- ▷ El Portfolio de Asignatura  
Página 11
- ▷ Nuevos Profesionales de Diseño y  
Comunicación  
Página 12

## Colectivos [de artistas y diseñadores]

### Creadores en grupo + Diseño y arte digital + Redes + Tecnología

2º Jornadas de Creación y Nuevos Medios

9 de noviembre, 10.30 hs.

Jean Jaurés 932  
Libre y gratuita  
Pág. 2



## 5 días de Creatividad Publicitaria

### Estrategias + Campañas + Marketing directo + Creatividad en internet + Bien Público

Jornadas de Capacitación [workshops y conferencias]

Del 13 al 17 de noviembre, 15 hs.

Jean Jaurés 932. Libres y gratuitos

5 Días de Creatividad Publicitaria, lugar de encuentro con Fernando Barbella, Adrián Candelmi, Horacio Castelli, Alejandro Di Paola, Daniel Gallego, Walter Ioli, Pablo Romano, Pedro Panigazzi, Sergio Pollaccia y Papón Ricciarelli para transitar las preguntas

que hoy componen la creación en publicidad. Desarrollándose cada día una temática específica, donde los creativos aportarán sus experiencias, oficio, pensamiento, elecciones estéticas y estrategias.

Pág. 3



## Semana de la Moda

Estudiantes de Diseño de Indumentaria UP  
presentan sus creaciones 2006

24 de noviembre al 1 de diciembre

101.9  
KSKRADIO

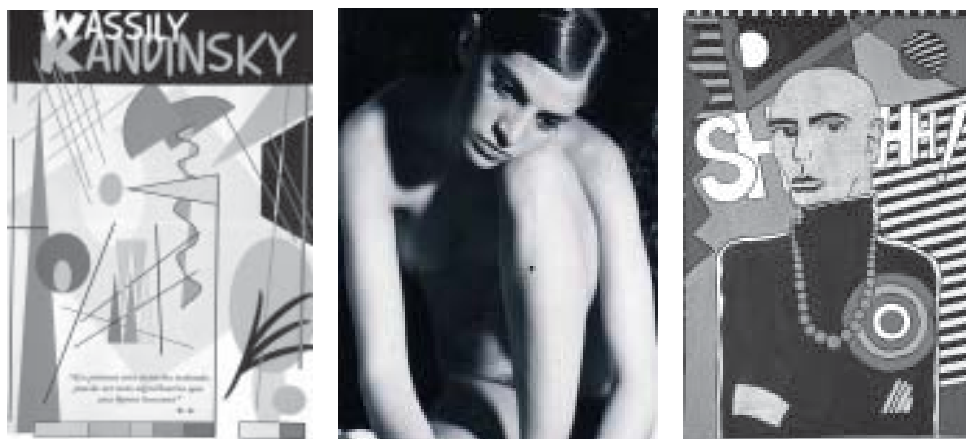
Jean Jaures 932  
Libre y gratuito  
Pág. 2



## Estudiantes de la Facultad premiados

Concursos 2006 primer cuatrimestre

Pág. 6 y 7



Aylen Babnik

Florencia Agostinelli

Pamela Kondo

## Joaquín Furriel en UP

Ciclo Diseño y Comunicación  
en las Artes del Espectáculo

6 de noviembre, 15 hs.



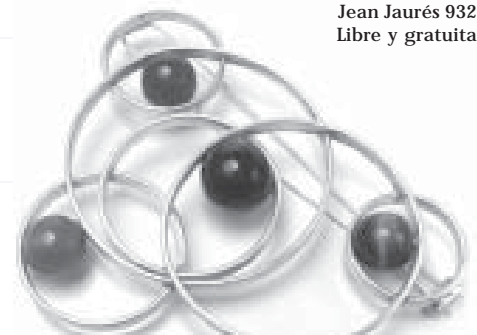
Sede del evento:  
Auditorio de la UP,  
Mario Bravo 1050, 6º piso.  
Libre y gratuito.  
Informes e inscripción:  
51994500 int. 1502,  
1514, 1530  
consultasdc@palermo.edu

## Muestra Diseño de Joyas

JoalherieArte Argentina - Brasil

Hasta el 7 de noviembre

Jean Jaurés 932  
Libre y gratuita



## Hunter Experience

1º Jornada de Turismo Aventura  
2006

1 de noviembre, 10 hs.

Pág. 2

## Cartier - Charlotte Solnicki

Posicionamiento de marca.  
La importancia de una  
comunicación Integral.

Seminario organizado  
con Marisa Koifman



13 de noviembre, 9 hs.

Pág. 3



## Seminario internacional Design Connection

Organizado con  
cienporciento diseño



13 de noviembre, 10 hs.

Pág. 2

Libres y gratuitas. 51994500 int. 1502, 1514, 1530  
consultasdc@palermo.edu

## Premio Estímulo DC 2006



XV edición de los premios a los estudiantes  
con mejor desempeño académico que ingre-  
saron a primer año en marzo 2006. Con el  
auspicio de la empresa Pizzini.

Pág. 9

## Colectivos

[de artistas y diseñadores]

**Creadores en grupo + Diseño y arte digital  
+ Redes + Tecnología**

2º Jornadas de Creación y Nuevos Medios

**9 de noviembre, 10.30 hs.**

Jean Jaures 932. Auditorio



**10.15 Acreditación**

**10.30 TEORÍAS Y REDES**

Rodrigo Alonso. Curador independiente  
**Magazine in situ: Complejos procesos de links (de lo dialógico virtual a lo dialógico real)**  
Alicia Herrero. Artista, autora de Magazine in situ y de EPA proyecto educativo  
[www.magazineinsitu.com](http://www.magazineinsitu.com)

**11.30 PROYECTO CONTINENTE**

**Investigación, archivo y curaduría en artes electrónicas**  
Gabriela Golder. Artista, directora de Continente y profesora UNTREF  
Andrés Denegri. Artista, director de Continente

**12.30 FUGA JURÁSICA**

**Una naturaleza atravesada por el arte y la tecnología**  
Luis Marte y Darío Martínez. Cordinadores de Fuga Jurásica  
[www.fugaweb.com.ar](http://www.fugaweb.com.ar) / [www.fuga-jurasica.com.ar](http://www.fuga-jurasica.com.ar)

**13.30 Break**

**17.00 TEKHNE A/V**

**Presentación del proyecto "Tekhné NoTevé"**  
Pablo Denegri, Enrique Casal y Milena Pafundi. Artistas audiovisuales integrantes y coordinadores del colectivo Tekhné A/V  
[www.tekhne-v.com.ar](http://www.tekhne-v.com.ar)

**18.00 SINESTESIA**

**Gestión y producción del Ciclo de música, imágenes y movimiento de carácter experimental "SineSteSia"**  
Verónica Melnik. Concepto, coordinación de danza y textos  
Fabián Kesler. Músico, docente y coordinador sistema de sonido  
Roberto Massoni. Músico y realizador del sitio web y del netlabel "audio808"  
Jorge Grella. Músico y director general  
[www.sinestesias.com.ar](http://www.sinestesias.com.ar)

**19.30 COLECTIVOS: CRÍTICA, TEORÍA Y PRAXIS**

Daniel Varela. Escritor y crítico de arte

**20.00 FIN ZONA URBANA**

**Perspectiva FINZONA URBANA: una nueva cultura: "Del artista al ingeniero agrónomo del peón de campo al artista"**  
Ricardo Gallo Llorente, médico rural; May Borovinsky, artista; Alexandra Kehayoglou, artista y Wimpy Salgado, fotógrafo.

**21.00 FIN ZONA URBANA**

Acción performance: proyección en la vía pública de una obra del colectivo cultural "Fin zona Urbana"  
[www.findezonaurbana.com.ar](http://www.findezonaurbana.com.ar)

Coordinación: Rosa Chalkho

**Informes e inscripción:** 5199 4500 internos 1502, 1514, 1530  
consultasdc@palermo.edu - Sede del Evento: Jean Jaurés 932, Auditorio.  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Actividad libre y gratuita

## Hunter Experience

1º Jornada de Turismo Aventura 2006

**1 de noviembre, 10 hs.**

Mario Bravo 1050, 6º piso. Auditorio

**9.45 Acreditación**

**10.00 TURISMO ACTIVO Y MARKETING**

Carlos Pelli. Gerente Comercial de BFP Activo EVT Leg. 12620

**11.00 EL ROL DE INTERNET EN EL TURISMO DE AVENTURA**

Sergio Paoli. Director de Aventurarse.com Portal de Turismo Aventura

**12.00 LA AVENTURA DEL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE**

Silvia Bruscajín. Adnmundo.com Diario Digital  
Martín Badr. Especialista en medio ambiente  
Eduardo Finkel. Pioneros

**13.00 Break**

**14.00 PERFIL DEL CONSUMIDOR DE TURISMO DE AVENTURA**

Sergio Zubeldía. Titular de Arista Expediciones y Aventuras. EVT Leg. 12244

**14.45 LA DIMENSIÓN HUMANÍSTICA DE LA SUSTENTABILIDAD Y SU PROYECCIÓN TURÍSTICA**

Ariel Dulevich Uzal. David Lawes. Cartas

**15.30 TURISMO DE EXPERIENCIAS Y NUEVAS PERCEPCIONES, OVERLAND MACHU PICHU**

Mariano Colli. Titular de Intihuasi Argentina Turismo de Experiencias (Legajo 11886 - Res. 0635)

**16.15 MESA CON PRESTADORES DE SERVICIOS**

- Escuela de Parapente. Sergio Casas
- MTB Tours. Mariano D'Alessandro
- Cabalgatas Fernando Escudero. Fernando Escudero
- Las Leñas Lodge de Alta Montaña.
- Xperience Aconcagua. Eduardo Soler. Director
- Asociación de Surf Profesional (A.S.P) Cristian Petersen

Coordinación: Elisabet Taddei

**Informes e inscripción:** 5199 4500 internos 1502, 1514, 1530 - consultasdc@palermo.edu - Sede del Evento: Jean Jaurés 932, Auditorio. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Actividad libre y gratuita



## Diálogo con Profesionales Noviembre 2006

Ciclo de Desarrollo Profesional de los Cuartos Años de todas las carreras de la Facultad

**Seminario de Tendencia de Color 2007** SHERWIN-WILLIAMS.  
**6 de noviembre, 9 hs.** Libre y gratuito

Caroll Derov. Gerente Manager, Stores Services International Division The Sherwin-Williams Co.



**Lunes 6 de noviembre, 9 hs.**

Hernán Musaluppi. Productor de Cine. CINE Y TV. DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO

**Lunes 6 de noviembre, 19 hs.**

Cecilia Mosto. Presidenta de CIO, Consultora en Medición de Imagen y Comunicación Institucional. RELACIONES PUBLICAS

**13 de noviembre, 9 hs.**

Sebastien Vilmot. Development Manager de Cartier. Melina y Jessica Solnicki. Diseñadoras de Charlotte Solnicki. DISEÑO DE INTERIORES / PUBLICIDAD Y RRPP

**13 de noviembre, 10 hs.**

Seminario Design Connection. Espacio Cienporcientodiseño. DISEÑO INDUSTRIAL (ver programa en esta misma página)

**13 de noviembre, 19 hs.**

Wenceslao Bunge. Director de El Parlamentario, Consultora de Monitoreo Mediático de Información Gubernamental. RRPP

## Seminario internacional de Design Connection

Organizado con cienporcientodiseño Dirigido a estudiantes y profesionales de Diseño Industrial

**13 de noviembre**

Jean Jaurés 932. Auditorio Libre y gratuito



10:00 **El aporte de la gestión de diseño en Chile para la creación de valor agregado.** Caso Cerdiseño: Innovación en cerámicas.

Denise Montt, Investigación + Diseño, Chile.

10:40 **Diferencial creativo sudamericano, diseño y responsabilidad social y ambiental.** Brasil 1996/2006

Cristian Ullman, Brasil Faz Design, Brasil  
11:20 **Presentación del proyecto ReMade in Italy y ReMade in Argentina**

Marco Capellini, Italia.  
12:00 **"Waste me not"**  
Karin Beate Phillips, BEDG, British European Design Group, Inglaterra

## Semana de la Moda UP

Presentación de las producciones de los estudiantes de la carrera Diseño Textil e Indumentaria



**Cronograma:**

**24 noviembre, 20 hs:** Cátedra Marcelo Senra

**27 noviembre, 19 hs:** Cátedras Eugenia Biagioli, Vanina D'Antoni, Agustina Ramos y Lucía Suárez Ardanaz

**28 noviembre, 19 hs:** Cátedras Claudia Barbera, Carla Desiderio, Cecilia De Laurente, Gustavo Lento y Laura Valoppi

**29 noviembre, 20 hs:** Cátedra Vero Ivaldi

**30 noviembre, 20 hs:** Cátedras Eugenia Aryan y Gabriela Finkielsztain

**1 diciembre, 20 hs:** Cátedra Gustavo Lento

## Del 24 de noviembre al 1 de diciembre

Jean Jaurés 932. Entrada libre y gratuita



# 5 días de Creatividad Publicitaria

Estrategias + Campañas + Marketing directo +  
Creatividad en internet + Bien Público

Jornadas de Capacitación [workshops y conferencias]

LatinSpots

Del 13 al 17 de  
noviembre, 15 hs.

Jean Jaures 932. Auditorio

5 Días de Creatividad Publicitaria son jornadas de capacitación, donde Fernando Barbella, Adrián Candelmi, Horacio Castelli, Alejandro Di Paola, Daniel Gallego, Walter Ioli, Pablo Romano, Pedro Panigazzi, Papón y Sergio Pollaccia se reúnen para transitar las preguntas que hoy componen la creación en publicidad. Desarrollándose cada día una temática específica, donde los creativos aportarán sus experiencias, oficio, pensamiento, elecciones estéticas y estrategias.



Barbella Candelmi Castelli Di Paola Gallego Ioli Romano Panigazzi Papón Pollaccia

La creatividad es síntesis, innovación. Crear también implica cambio, movimiento. Tarea fundamental en nuestros días donde el mundo cambia momento a momento. La publicidad nos muestra productos tradicionales o nuevos a través de ideas innovadoras que nos sorprenden, representan y despiertan nuestros sentidos. Para la generación de estas ideas el creativo debe hacer confluír una serie de ámbitos, contextos, informaciones y espacios conceptuales, enfocados a la venta de un producto o servicio de manera nueva. Proceso complejo que tiene como base al análisis, la observación, la síntesis y el trabajo. El impacto que alcanza un producto en el mercado depende de las ideas que el creativo pensó para la campaña. Su importancia es tal, que puede lograr que la marca se imponga sobre el producto en sí mismo. Para conseguirlo se necesita de una primera fase creativa de generación de ideas donde cumple un rol indispensable "la innovación". La creatividad publicitaria en argentina ha producido ideas líderes en el mundo, muchas de ellas revolucionaron por su invención y creatividad.

## Lunes 13 de noviembre

### Estrategias de Creatividad

La creatividad es una habilidad y como tal es algo susceptible de ser desarrollado, es el resultado del proceso de trabajo mental que genera nuevas ideas en cualquier ámbito donde se desarrolla el ser humano. La publicidad pone en juego la mejor práctica de la creatividad y la innovación. Desde las campañas creativas se descubren nuevos procesos de pensamiento, líneas y proyectos que arrojan luz sobre nuevas estrategias de comunicación, desarrollo y diseño. En esta Jornada se desarrollará una visión panorámica del proceso creativo y sus estrategias, las dificultades, a su vez, las potencialidades aún inexploradas en la comunicación Publicitaria y además, se reflexionará sobre las experiencias en el área.

15.00 Apertura de la Jornada  
15.15 Workshop. A cargo de Horacio Castelli  
19.00 Conferencia. A cargo de Papón

## Martes 14 de noviembre

### Campañas publicitarias de producto, de servicio

Las campañas publicitarias buscan persuadir, convencer o seducir al público hacia un determinado producto o servicio; utilizan numerosos

recursos estilísticos y estrategias creativas para presentar lo que se anuncia al consumidor. El creativo elige distintas estrategias para comunicar el mensaje: humorístico, formal, directo, etc, así como los medios en los que será mejor pautar la campaña para lograr el éxito "esperado" de impacto del producto o servicio en el mercado.

En esta Jornada se trabajará sobre las diferentes campañas, estrategias y modos de comunicar el producto o servicio al público, reflexionando, también, sobre las experiencias en el área.

15.00 Workshop. A cargo de Daniel Gallego  
19.00 Conferencia. A cargo de Pablo Romano

## Miércoles 15 de noviembre

### Marketing directo

Dentro del área de la comunicación integral, el marketing directo facilita el contacto inmediato con el cliente potencial.

El marketing directo es un sistema interactivo que utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica, que es susceptible de medición. Su esencia está en la relación unipersonal, en el "cliente individualizado", que será satisfecho a través de un programa de comunicación comercial ajustado estrechamente a sus necesidades.

Es dentro de este marco que desarrollaremos esta jornada en la cual se reflexionará sobre las experiencias en el área.

15.00 Workshop. A cargo de Walter Ioli  
19.00 Conferencia. A cargo de Alejandro Di Paola

## Jueves 16 de noviembre

### Creatividad en Internet

Las nuevas tecnologías han revolucionado el mundo de la comunicación a un ritmo vertiginoso y ha abierto posibilidades infinitas en el campo informativo y en las relaciones interpersonales, donde la inmediatez y el poder de difusión de los acontecimientos se ha incrementado hasta límites que eran inconcebibles hace unos años.

Internet ha favorecido la evolución de las comunicaciones, desarrollando un lenguaje específico y el surgimiento de otras formas de comunicarse. Motivó, también el nacimiento de creativos que están desarrollando nuevas formas de comunicación publicitaria, dando otras respuestas, creando representaciones innovadoras en un área que necesita de lo desconocido para constituirse como tal. La jornada se centrará en la reflexión y práctica acerca de la formas de creación en este nuevo medio, contando con los más prestigiosos creativos del medio quienes trabajarán desde su experiencia y formación a través del análisis de diferentes casos.

15.00 Workshop. A cargo de Fernando Barbella.  
19.00 Conferencia. A cargo de Pedro Panigazzi.

## Viernes 17 de noviembre

### Campañas de Bien Público

Las mismas técnicas de publicidad que promocionan productos comerciales y servicios se pueden utilizar para informar, educar y motivar al público sobre otras temáticas, tales como el sida, el ahorro de energía o la tala de árboles. Las campañas de bien público buscan modificar actitudes y comportamientos, invitan a la comunidad a reflexionar y actuar a favor de una mejor calidad de vida en nuestra sociedad.

Para que esto ocurra, no sólo el tema debe ser relevante, el mensaje claro y específico, y tener continuidad a lo largo del tiempo, sino también crear formas innovadoras para presentar la temática. Es por esto que el rol del creativo es fundamental.

En esta Jornada se trabajará sobre las diferentes campañas, estrategias y modos de comunicación de bien público y se reflexionará sobre las experiencias en el área.

15.00 Workshop. A cargo de Adrián Candelmi  
19.00 Conferencia. A cargo de Sergio Pollaccia

Coordinación Académica: Alcira Serna

## Cartier - Charlotte Solnicki

Posicionamiento de marca.  
La importancia de una comunicación Integral.

Seminario organizado con  
Marisa Koifman



13 de noviembre, 9 hs.

Mario Bravo 1050, Auditorio, 6º piso.  
Actividad libre y gratuita

Los casos que se presentarán en el ciclo responden a desarrollos de marca similares en el éxito de su gestión.

Por un lado, Cartier, una multinacional con 159 años en el mercado internacional, que busca adecuar su posicionamiento a las permanentes exigencias de un mercado cambiante. Charlotte Solnicki, una marca joven con necesidades de posicionamiento en Argentina, pero que impone tendencia en New York, París y Londres.

Dos marcas, con estilos diferentes pero con una misma misión: la búsqueda del éxito.

Durante la exposición se detallará cómo articular las distintas áreas profesionales de una Consultora, como debe interactuar de manera estratégica para el logro de los objetivos de sus clientes.

Por su parte, los ejecutivos de las empresas darán a conocer cómo, optimizando el presupuesto asignado a Comunicación, buscan junto a las Consultoras de Comunicación alcanzar un objetivo común: el posicionamiento deseado y que ello se refleje en las ventas.

Exponen:

**Sebastien Vilmot.** Development Manager de Cartier.

**Melina y Jessica Solnicki.** Diseñadoras de Charlotte Solnicki.

## Muestra de Diego Mur

Del 3 al 23 de noviembre

Inauguración: 3 de noviembre, 19 hs.  
Fotogalería UP: Jean Jaurés 932

## Calendario Noviembre - Diciembre

ENTREGA DE PREMIOS A  
ESTUDIANTES GANADORES

- **Concursos de todas las carreras de Diseño 2006\_1**  
1, 2 y 6 de noviembre, 18.30 hs.  
Mario Bravo 1050, Auditorio, 6º piso
- **Trabajos Reales para Clientes Reales Artesanías Argentinas**  
15 de noviembre, 9.30 hs.  
Mario Bravo 1050, SUM
- **Premio Estímulo 2006**  
21 de noviembre, 18.30 hs.  
Mario Bravo 1050, Auditorio, 6º piso
- **Nuevos Profesionales 5ª Edición**  
28 de noviembre, 19 hs.  
Mario Bravo 1050, Auditorio, 6º piso
- **Asistentes Académicos**  
23 de noviembre, 18.30 hs.  
Mario Bravo 1050, Auditorio, 6º piso
- **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación**  
7 de diciembre, 18.30 hs.  
Mario Bravo 1050, Auditorio, 6º piso

5 días de  
creatividad  
publicitaria

Se trata de una actividad gratuita con cupo limitado y está dirigida a los alumnos de la Universidad de Palermo, a jóvenes profesionales de la publicidad  
Inscripción: [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu)  
[www.palermo.edu/dyc](http://www.palermo.edu/dyc)

# “Hablar de muebles apetecibles en Diseño implica la generación de confianza entre el sector fabricante, la hotelería y la innovación”

Afirmó Gustavo Marino, Director Ejecutivo de CAFyDMA en la Primera Jornada de Diseño y Hotelería argentina



HOTEL MADERO  
HOTEL



CRUZ DEL SUR

Di Falco Hnos.



El 20 de septiembre se llevó a cabo la Primera Jornada de Diseño y Hotelería argentina, organizada por la Facultad de Diseño y Comunicación, la Escuela de Turismo y Hotelería y CAFyDMA, Cámara de Fabricantes de Muebles, Tapicería y Afines de Argentina.

La apertura de la misma estuvo a cargo de **Ricardo Sorrentino**, Presidente de CAFyDMA y de **Mario Zabaleta**, Presidente de FEHGRA, Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina. Ricardo Sorrentino comenzó su charla explicando el objetivo de este evento, que ayude a desarrollar un espacio donde compartir opiniones y experiencias, y que la misma sea una metodología de trabajo. Definió a la misma como “un espacio rico de cooperación para todos los actores”. Luego alineado con esto, **Gustavo Marino**, Director Ejecutivo de CAFyDMA, compartió con la audiencia su mirada sobre el sector y comentó la tarea desarrollada por CAFyDMA.

CAFyDMA se dedica al mueble, la tapicería y a productos afines. El sector mueble y madera de la argentina está compuesto por 7500 empresas. La cámara engloba fabricantes de colchones, tapicería, telas, cortineros, accesorios y decoración. El otro gran conjunto de organizaciones que participan de este sector industrial son textiles, fábricas de aluminio, vidrio, plástico y cortineros. Según Marino “hablar de muebles apetecibles en diseño implica la generación de confianza entre el sector fabricante, el de la hotelería y la innovación; sectores que parecen que van por caminos diferentes, pero que se juntan en el producto final, generan vanguardia”. Una observación para los profesionales que para el disertante es de vital importancia, es entender que el diseñador tiene que aprender que no sólo hace diseño sino que, eso que está haciendo, se tiene que fabricar. El fabricante tiene que saber que ese diseño que va a fabricar se tiene que pagar. Otras de las actividades que realizan son visitas a centros de innovación. Esos son los espacios de trabajo dónde se puede vivenciar que en los momentos de dis-tensión surgen ideas y se genera vanguardia. Un tema que comentó con cierta preocupación es el vaciamiento de oficios que se fue gestando en Argentina, por ejemplo, en carpintería. Realizó una clasificación en cuanto al diseño de muebles. El estado actual de este arte se divide en tres áreas; el artesanal (que tiene una producción en baja escala); la producción masificada (para clase media) y por último, algunas pocas organizaciones, pero altamente tecnificadas (productos para el área hotelera y gastronómica).

Luego describió la oportunidad que tenemos como país “no sólo necesitamos buenos artesanos sino buena tecnología y esta tecnología está en la Argentina”. El sector recién está empezando a recuperarse después de la devaluación y está comenzando a generar productos. CAFyDMA, entre otras acciones, concretó

acuerdos con organizaciones italianas. Luego del amplio panorama del sector y de la presentación de la cámara continuó una mesa con proveedores. Los invitados fueron **José Di Falco** de Di Falco Hnos., cuya empresa se dedica desde hace muchos años a la fabricación de Muebles de Estilo con una marca prestigiosa en el mercado e **Ignacio Vázquez** de colchones Springwall. Vázquez inició su ponencia con una presentación de los productos que fabrican e informó sobre los distintos sistemas en colchones y cómo cambiaron las demandas del público y de los grandes hoteles. Luego, José Di Falco describió su empresa como una empresa familiar fundada en la década del '60. Se dedica a la fabricación de todo tipo de muebles de estilo (francés, inglés, español) que, con el correr de los años, se fue volcando al comercio minorista con clientela de clase media alta. Más tarde se dedicaron a fabricar para hoteles. Para la empresa lo importante es la calidad y el detalle de terminación. En cuanto a la organización del trabajo, en lo que respecta a su organización interna, se trabaja con un prototipo para la confección del proyecto y el diseño. Según Di Falco “para innovar hay que poder ver primero cual es la necesidad a satisfacer”, lo que implica un concepto claro, un estilo y rapidez en la decisión. Entre las cosas que fueron haciendo para avanzar y ofrecer diseño y técnicas de mayor calidad, está el recorrido por distintos países del mundo para observar lo que estaban haciendo. En 1971 viajaron a Milán para recolectar folletos y copiar modelos de diferentes exposiciones. Más tarde concurrieron como expositores y veían a compradores de todo el mundo. Pero con el tiempo se dieron cuenta que no era suficiente copiar el diseño, hacía falta un diseñador, hacía falta profesionalizarse. Pudieron encontrar cómo hacer diseño de calidad acorde al gusto local. Productos parecidos a los italianos con gusto argentino y 100% argentinos. El expositor que cerró la mañana fue **Gerardo Sevitz** de Gowas. Se autodefinió como un empresario que fabrica muebles de vanguardia. Definió en su discurso lo que es una organización innovadora, el rol del diseño y su distinción entre ser un artista y un diseñador. Para el disertante hablar de una organización innovadora va más allá de lo tradicional, implica considerar todas las cosas anteriores. Considera que el éxito en su rubro es “trabajo, trabajo y trabajo y después de ahí hay más trabajo” y agregó “un diseñador no es un artista. El diseñador toma medidas de seguridad y de producción. Tiene que saber con que material, personal y estructura cuenta. Un artista puede crear lo que quiera sin impor-

tarle nada, si gusta o no gusta”. Recibió el reconocimiento de quienes han seguido su evolución en el negocio, en las palabras de Gustavo Marino que lo definió como un empresario muy orientado a la búsqueda de innovación, un auténtico vanguardista que no se dio por vencido en épocas difíciles.

Luego de un corte se retomó la actividad de la tarde con la presencia de **Máximo Ianni** de MIA & Asociados, consultora que ofrece asesoramiento en diversas temáticas relacionadas con la Hotelería. Con un toque de humor, Ianni comenzó contando sobre el nacimiento de su empresa y su historia. De chico a las 5 o 7 años “empecé a dar vuelta la habitación transformándola en barco, en avión”, le fascinaba organizar y recibir gente. Posee una pasión heredada, por su familia, la cocina y la actuación. A los 18 años dejó su carrera para inscribirse en teatro. Su padre, disgustado por esta decisión, lo llevó a una estricta escuela en Suiza. Ahí pudo darse cuenta de la buena elección de su padre y le terminó gustando. Su primer trabajo fue en el Hotel Hyatt, donde permaneció 15 años. Luego decidió buscar otra cosa, resolvió entonces ponerse una consultora de forma independiente. Una compañía que tiene la ambición de vincular el entretenimiento, la hotelería y el turismo. Explicó que por la evolución, el individuo busca vivenciar nuevas experiencias y es por esto que las personas necesitan ser partícipes de ellas, pertenecer. Esto hace que surja un cambio en el concepto de servicio. Se cambia lo distante e impersonal por algo más cálido y humano que genera sensaciones. Esto quedó claramente expresado en su frase “un hotel es un ejemplo, en tamaño chico, de una sociedad”. Cuando habla de vender experiencia se refiere a poner menos importancia en los aspectos físicos, tangibles. Lograr esto es desafiarse a entrar en el imaginario del huésped, cuáles son las cosas que le gustan que le agradan. El concepto de la vivencia será entonces lo que el huésped podrá llevarse en la memoria. Esto significa pasar de la sociedad de la tecnología a la sociedad de la experiencia. Por eso es necesario tener despiertos los sentidos para poder ofrecer mejores productos y servicios. Esto quiere decir, elevar el servicio al mundo de los sentidos y que se note que todo lo que se está haciendo es para ellos y para que lo puedan llevar. Es fundamental utilizar como recurso la creatividad mediante un trabajo interdisciplinario que integre artistas, diseñadores industriales y otros. En este punto mencionó la enriquecedora experiencia que tuvo en su trabajo en el Hotel Faena. Revalorizó el rol del diseño en los espacios interiores. Cada vez es más importante lograr que el huésped sienta el cuarto del hotel como su casa. Algunos consejos que dio para lograr esto fueron, hacerlo sentir cómodo, esperado, querido; dando nivel humano con los objetos para que puedan sentir una sensación de pertenencia y contención, un espacio con mas sabor a hogar, que sea genuino, pensado y hecho a



Ricardo Sorrentino, Presidente de CAFyDMA



Gustavo Marino, Director Ejecutivo de CAFyDMA



Mario Zabaleta, Presidente de FEHGRA



Arquitecto Rubén Mochi y Gerardo Sevitz de Gowas



Ignacio Vázquez de Springwall y José Di Falco de Di Falco Hnos.

medida. Lograr una sensación de confort y bienestar para la persona y conseguir que recuerden que estuvieron en un lugar especial. Se abocó también a hablar del lugar que hoy ocupa la gastronomía en el marco de los servicios de un hotel, generando el deseo de quedarse a comer en el hotel. Lograr esto a partir de la creación de un ambiente diferencial que nada tiene que envidiarle a las propuestas de los restaurantes externos.

En cuanto a los lugares públicos deben ser mucho más flexibles y los elementos necesarios serán luces, aromas, música, colores, etc; así se irán creando atmósferas diferentes. Se reestructuran las áreas logrando un mayor acercamiento entre quien brinda el servicio y quien lo recibe, es diferente hacer un check in en un bar que en un escritorio (recepción).

El evento continuó con la gerente de Marketing del Hotel Madero By Sofitel, **Natalia Schargorodsky**. Se autodefinió como una consumidora muy exigente de Hoteles. Natalia contó su experiencia. En primer lugar trabajó en una consultoría, más adelante en un sitio y después realizó un MBA en Estados Unidos. En este último fue donde descubrió un nuevo concepto en hotelería. Los hoteles se definían como espacios para vivirlos y disfrutarlos. Comentó que en Estados Unidos los jóvenes suelen ir a tomar algo a los bares de los hoteles. Descubrió que existía un mercado insatisfecho. Generalmente las empresas envían a personas jóvenes (que es el grueso de la gente que visita otros lugares por trabajo) a otros países. Entonces vislumbró que no existía una propuesta similar a la de los estadounidenses en Buenos Aires.

Con esta nueva visión llevó una propuesta a un hotel en Puerto Madero. Propuso ofrecer al mercado joven algo diferente, una propuesta moderna que no solo incluyera la decoración. Para poder lograr la preparación del proyecto realizaron un relevamiento de hoteles de Estados Unidos para ver qué era lo que lograba crear ese estilo tan juvenil. El trabajo comenzó no sólo a nivel de la decoración, sino también en los uniformes donde dejaron de lado las corbatas para que los huéspedes no se sintieran diferentes al personal del Hotel. También surgieron ideas en cuanto a los espacios, distinguieron el tono uva incluyendo degradaciones de este color. La idea fue hacer una propuesta para atraer gente local, para que los huéspedes tuvieran la oportunidad de encontrarse con ellos. Así, lentamente, fue surgiendo un diseño para crear nuevas experiencias. Se sumó la alta gastronomía, siempre cuidando mucho los precios para que sea accesible para la gente local. Además dieron un acceso libre que permitiera esa interacción que buscaban. Enfatizó en la importancia de los materiales que utilizan que son cuero y madera y, por otro lado, el color rojo. Decidieron no usar manteles para crear una sensación más juvenil. Para finalizar la jornada el arquitecto **Rubén Mochi** ofreció su punto de vista en cuanto a la evolución del Diseño y su protagonismo en la hotelería e invitó a los presentes a visitar en la web las bases para participar del Concurso Cruz del Sur que realizan conjuntamente con la Facultad de Diseño y Comunicación.



Máximo Ianni de MIA & Asociados; Natalia Schargorodsky del Hotel Madero By Sofitel

## Asistentes Académicos DC 2006

### XII Edición

El 23 de noviembre se entregarán las constancias a los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación que completaron exitosamente el XII Programa de Asistentes Académicos 2006

El programa Asistentes Académicos está coordinado por la profesora Victoria Bartolomei. Está dirigido a los estudiantes y egresados de nuestra Facultad interesados en una experiencia formal de capacitación docente. Los participantes trabajan en una cátedra o colaboran con tareas académicas mientras realizan un taller de capacitación.

El programa es anual y se desarrolla en dos niveles. El nivel 1 es la etapa destinada a la construcción del rol del asistente y el nivel 2 contempla el aporte de las habilidades básicas para poder planificar una clase, desarrollar una clase teórica, diseñar un trabajo práctico. El asistente académico, no sólo se forma en lo inherente a su instrucción pedagógica básica, sino también afianza y profundiza los conocimientos de contenido propios de la materia en la que realiza su asistencia. A continuación, los alumnos y egresados que realizaron el curso. Entre paréntesis, la carrera a la que pertenecen y el/los profesor/es al cual asistieron.

- **Raquel Barreto** (Comunicación Audiovisual / Alberto Farina)
- **Merari Biancucci** (Fotografía / Elsa Pesce)
- **Laura Soledad Castro** (Relaciones Públicas / Raúl Castro)
- **Lorena Cuesta** (Diseño de Interiores / Marcela Jacobo)
- **Lorena Dai** (Diseño de Interiores)
- **Mariela Di Salvatore** (Diseño Gráfico / Victoria Bartolomei)
- **Clarisa Fischer** (Relaciones Públicas / Edmundo Tombeur)
- **Silvina Gaborin** (Diseño Textil e Indumentaria / Jazmin Agostini; Carla Desiderio)

- **Maia Ganon** (Publicidad / Ariel Khalil)
- **Alicia Gimenez** (Relaciones Públicas / Claudia Preci)
- **Natacha Giusto** (Relaciones Públicas / Luis Leo; Claudia Preci)
- **Amalia Hafner** (Comunicación Audiovisual / Elsa Bettendorff)
- **María Victoria Laborde Ruiz** (Dirección de Arte / Redacción Publicitaria)
- **María de los Angeles Liberti** (Relaciones Públicas / Susana Gonzalez)
- **Fernando Maclen** (Diseño de Imagen y Sonido / Diego Ostrovsky)
- **María de los Angeles Marambio** (Dirección de Arte / Redacción Publicitaria)
- **Javier Medina** (Guión / Lorena Cancela)
- **Noelia Merli** (Diseño Textil e Indumentaria / Eugenia Aryan)
- **Candela Orsatti** (Diseño de Interiores / Alejandro Abaca)
- **Roger Paredes** (Diseño Gráfico)
- **Gladys Alejandra Russo** (Guión / Carla Argañaraz y M. de la Paz Bernardez)
- **Sheila Sapiro** (Relaciones Públicas / Orlando Aprile)
- **Alejandra Scheinkopf** (Diseño de Interiores / Marcela Jacobo)
- **Ganna Semeniuk** (Relaciones Públicas / Claudia Preci)
- **Abraham Sucar** (Guión / María de la Paz Bernardez; Carla Argañaraz)
- **María Verellen** (Diseño de Interiores)
- **Ana María Vilas** (Diseño Gráfico • Diego Pérez Lozano)
- **Carla Virile** (Diseño Textil e Indumentaria • Patricia Doria)



Raquel Barreto Laura Castro Lorena Cuesta



Lorena Dai M. Di Salvatore Clarisa Fischer



Silvina Gaborin Maia Ganon Alicia Gimenez



Natacha Giusto María Liberti Fernando Maclen



Javier Medina Noelia Merli Gladys Russo



Sheila Sapiro A. Scheinkopf María Verellen



Ana Vilas Carla Virile

## Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación

Producciones de Estudiantes de 1º Año de la Facultad de Diseño y Comunicación Ganadores Segundo Cuatrimestre 2006

**Asignatura Introducción a la Investigación**  
Título de los trabajos: **Lo real y lo urbano**

### DISEÑO AUDIOVISUAL

- > 1º Premio (María Verónica Pesek, Magali López, Jung Yoon Han)
- 1º Premio (Dana Natasha Krechov)
- 1º Premio (Jimena Loaiza)

### DISEÑO DE ESPECTÁCULOS

- > 1º Premio (Lidia De Gonzalo, Florencia Suárez, Nadina Martiniello, Ezequiel Barrio Nuevo)

### DISEÑO DE INTERIORES

- > 1º Premio (Felicitas Campo, Lara Defassi, Ana Maiquez, Agustina Segura)
- > 1º Premio (Adriana Nieves, Magali Piniella, Alicia Pons, Andrea Vélez Rueda)
- > 2º Premio (Virginia Di Leoni, Mariana Echavarría, Julia Laprida, Estefanía Florencio, Yael Fadda, Graciela Godoy)
- > 2º Premio (Alicia Rambeaud Rendon, Brenda Zornio, Natalia Bianchi, María Quintar)
- > 3º Premio (Mayra Altamirano, Marina Boitano, Catalina Gallo, Lucia Somoza)
- > 3º Premio (Jimena Bloise, Mariela Bonet, Paula Kayer, Jessica Melgar)

### DISEÑO DE HISTORIETAS

- > 1º Premio (Francesca Ochoa Lasarte, Francisco Dueñas, Eduardo Muñagorri, Diego Pizarro)
- > 2º Premio (Marcia Juárez, Gimena Etchevery, Romina Gerber, Andrés Comejo, Andrés Kuhn)

### DISEÑO GRÁFICO

- > 1º Premio (Carmen Melendez, Valeria Beatriz Sánchez, Gina Collazos, Carolina González, Eugenia Esquioga, Daniela Moya)
- > 2º Premio (Ornella Mara D' Agostino, Juan M. Freire, Manuel Leyrado, Paula Rodríguez)

### DISEÑO INDUSTRIAL

- > 1º Premio (María B. Manzanedo, Abi López, Inés Bermejo, Sofia Ciccioli)

### HOTELERÍA

- > 1º Premio (Jimena Vanesa Pagano, Paula Losada, Sofía Etcheberry, Bianca Chinelatto)
- > 2º Premio (María Victoria Larre, Gustavo Martell, Analía Vanesa Muzzolini)

### ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- > 1º Premio (Leandro Fagnani, Gisele Santoro Aguirre, Florencia Cassoetto, Malena Rodríguez Crisol)

- > 2º Premio (Martina Cucchiara, Martha Moran, Julio Ucar)

### PRODUCCIÓN DE MODAS

- > 1º Premio (Yamila Adan, Diana Kerestegian)

### PUBLICIDAD

- > 1º Premio (Martina Kaufman, Juan Mariano Merlino, Anabella Porchetto)
- > 2º Premio (Rocío Rodríguez Almaraz, Soledad Palacios, Ignacio Cánepa)

**Asignatura Comunicación Oral y Escrita**  
Título de los trabajos: **Historia y vigencia de un término de mi profesión**

### DISEÑO GRÁFICO

- > 1º Premio (Sofía Fleitas)

### TURISMO

- > 2º Premio (María Mendoza)
- > 3º Premio (Federico Lloyizato)

**Entrega de Premios**  
7 de diciembre, 18.30 hs.  
Mario Bravo 1050, Auditorio, 6º piso

# Estudiantes de la Facultad premiados

**Ganadores de los concursos del primer cuatrimestre 2006 en las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. En las próximas ediciones de DC se publicarán los ganadores de los otros concursos.**

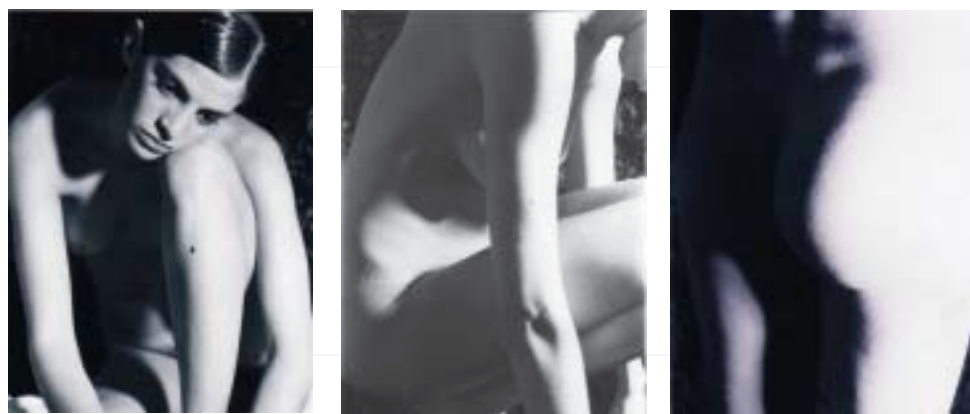
Concurso N° 5  
**FOTOGRAMA - CATEGORÍA SERIES**  
1° premio: Walter Jens  
2° premio: Florencia Agostinelli  
3° premio: Hedi Ialkh (Prof. Parlatto y Marcú)

**Entrega de Premios**  
**Concursos de las carreras de Diseño**  
1, 2 y 6 de noviembre, 18.30 hs.  
Mario Bravo 1050, Auditorio, 6° piso

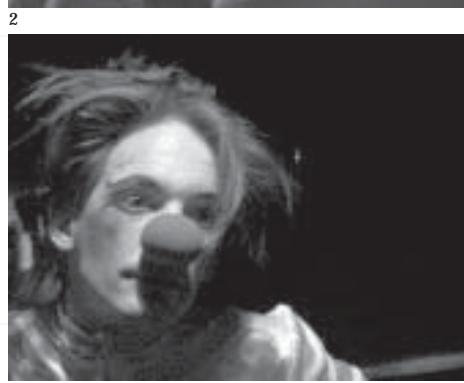
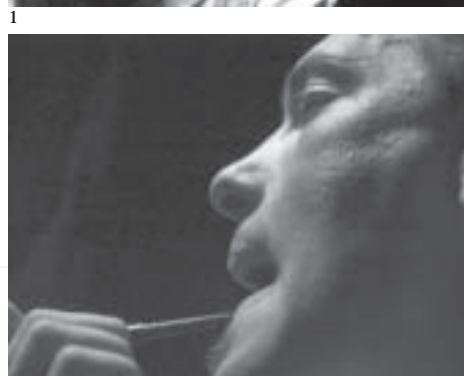
Las imágenes de las otras categorías fueron publicadas en la edición N° 88 del DC octubre 2006



Primer premio: Walter Jens



Segundo premio: Florencia Agostinelli



Tercer premio: Hedi Ialkh

Concurso N° 2  
**SINTESES, ARTE Y DISEÑO**  
**Panel o poster conceptual**  
Estudiantes de la asignatura Taller de Reflexión Artística de las carreras Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Diseño Textil e Indumentaria, Fotografía y Publicidad.

**Diseño Industrial**  
1° premio: Federico Barreiro (Prof. J. Noriega)  
2° premio: Emmanuel Desiderio (Prof. J. Orellana)  
3° premio compartido: Pablo Arcenio - Agustín López Blanco (Prof. J. Noriega)

**Diseño Textil e Indumentaria**  
1° premio: Melania Gaffuri (Prof. J. Noriega)  
2° premio compartido: Natalia Canillas - Luján Lorente (Prof. J. Noriega)  
3° premio: Morelia Beltramo (Prof. J. Noriega)

**Panel Conceptual**  
1° premio compartido: Eugenia Dubosq (Prof. V. Suárez) - Solange Rodríguez (Prof. M. Pizarro)  
2° premio compartido: Clara Iacovello (Prof. V. Suarez) - Rosario Miret (Prof. J. Orellana)  
3° premio: Claudia Alfonso (Prof. J. Orellana)  
Menciones: Wilman Castilla (Prof. J. Orellana); Ana Luque (Prof. E. Pesce)

**Poster**  
1° premio compartido: Aylén Babnik (Prof. C. Morán) - Natalia Suh (Prof. J. Orellana)  
2° premio compartido: Pamela Kondo Manuel Manonneau (Prof. C. Morán)  
3° premio compartido: Nicolás Grosoy - Diego Otero (Prof. C. Morán)  
Menciones: Agustina Domínguez; Rocío Gaya; Marina Omiliani (Prof. J. Orellana)

**Editorial**  
1° premio: Noelia Frydman (Prof. M. Pizarro)  
2° premio: Lee Jae Chul (Prof. J. Orellana)  
3° premio: María José Aranda (Prof. J. Noriega)

Ver imágenes en la página 7 >



Guillermina Sorrivias (1° premio)



Nicolás Tarallo (2° premio)



Matias Lych y Carlos Billardo (2° premio)



Julieta Amadeo (1° premio)



Vanesa Nebot (2° premio)



Salvador Ugarte (mención)



Camilo Prieto (3° premio)



Cogorno, Carril y Navarra (mención)



Agustina Piana (3° premio)



Zen, Maruchniak y Sauri (mención)



Arguindegui, Arruñada, Lanari, Scifio (3° premio)



Ruiz, Maggio y Arnau (mención)

Concurso N° 1  
**MARCAS CON PROYECCION**  
**Diseño e Imagen de Marcas**  
Estudiantes de la materia Diseño e Imagen de Marcas de la carrera de Diseño Gráfico y Publicidad

1° premio compartido: Julieta Amadeo - Guillermina Sorrivias (Prof. M. Friedman)  
2° premio compartido: Matias Lych y Carlos Billardo (Prof. E. Hodari) - Nicolás Tarallo (Prof. M. Friedman) - Vanesa Nebot (Prof. M. Friedman)

3° premio compartido: Agustina Piana (Prof. M. Friedman) - Andrea Arguindegui, Jesica Arruñada, Laura Lanari e Ivana Scifio (Prof. E. Hodari) - Camilo Prieto (Prof. E. Hodari)

Menciones: Natalia Zen, David Maruchniak y Fernando Sauri (Prof. E. Hodari) - Mercedes Cogorno, Guadalupe Carril y Angeles Navarra (Prof. E. Hodari) - Florencia Ruiz, Vanesa Maggio y Virginia Arnau (Prof. V. Melon) - Fernanda Vola y Mercedes Colman (Prof. V. Melon) - Leticia Pavon (Prof. E. Hodari) - Salvador Ugarte (Prof. E. Hodari)



Federico Barreiro (1° premio)



Emmanuel Desiderio (2° premio)



Pablo Arcenio (3° premio)



Agustín López Blanco (3° premio)



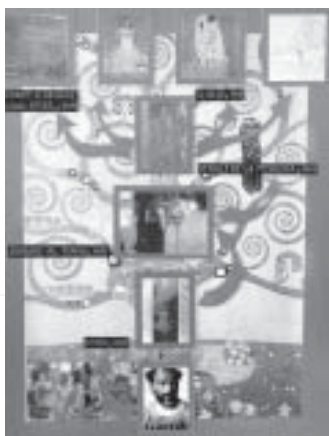
Eugenia Dubosq (1° premio)



Claudia Alfonso (3° premio)



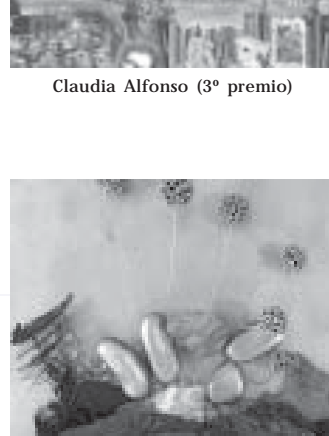
Rosario Miret (2° premio)



Solange Rodríguez (1° premio)



Agustina Domínguez (mención)



Clara Iacovello (2° premio)



Aylen Babnik (1° premio)



Natalia Suh (1° premio)



Pamela Kondo (2° premio)



Diego Otero (3° premio)



Melania Gaffuri (1° premio)



Natalia Canillas (2° premio)



Luján Llorente (2° premio)



Morelia Beltramo (3° premio)



Noelia Frydman (1° premio)



Lee Jae Chul (2° premio)



María J. Aranda (3° premio)



Rocío Gaya (mención)

## COMPUTACION GRAFICA

TALLERES

NOVIEMBRE 2006

Los cursos, constan de 4 clases de las cuales se debe asistir al menos a 3 para considerar aprobado cada curso. Para asistir a los mismos se requiere conocimiento en el manejo de windows.

### ▷ COREL BÁSICO

**Diseños personalizados con Corel Draw**

Dibujo con formas bidimensionales. Creación de texturas personalizadas. Geométrales y figurines digitales. Efectos especiales sobre indumentaria.

**Miércoles 1, 8, 15 y 22 de noviembre de 10 a 11.30 hs. (OF. 3380)**

PROF: GRACIELA REYES

### ▷ ILLUSTRATOR BÁSICO

**Creación de imágenes bidimensionales con Illustrator**

Creación de imágenes bidimensionales. Diseño de texturas personalizadas Aplicación de textos a una pieza gráfica. Utilidad de los efectos especiales

**Miércoles 1, 8, 15 y 22 de noviembre de 11.30 a 13 hs. (OF. 3374)**

PROF: GRACIELA REYES

### ▷ PHOTOSHOP BÁSICO

**Programa de retoque fotográfico**

Herramientas básicas. Primeros pasos

**Miércoles 1, 8, 15 y 22 de noviembre de 18.45 a 20 hs. (OF. 3373)**

PROF: DIEGO WOLFSON

### ▷ PHOTOSHOP INTERMEDIO

**Miércoles 1, 8, 15 y 22 de noviembre de 20.15 a 22 hs. (OF. 3375)**

PROF: DIEGO WOLFSON

### ▷ DREAMWEAVER BÁSICO

**Web Sites con Dreamweaver**

Edición de un sitio web. Diseño de una plataforma para web. Aplicación de multimedia en la página web. Publicación del sitio en Internet.

**Jueves 9, 16, 23 y 30 de noviembre de 19 a 20.30 hs. (OF. 3379)**

PROF: GRACIELA REYES

### ▷ FLASH BÁSICO

**Animaciones con Flash**

Dibujando con Flash. Presentaciones con animaciones 2D. Animación de textos. Animación de personajes

**Jueves 9, 16, 23 y 30 de noviembre de 20.30 a 22 hs. (OF. 3378)**

PROF: GRACIELA REYES

### ▷ PHOTOSHOP INTERMEDIO \*

Trabajos vectoriales. Filtros

**Lunes 6, 13, 20 y 27 de noviembre de 19 a 20.30 hs. (Grupo 1) (OF. 3376)**

Herramientas avanzadas y complementación con otros programas de diseño.

**Lunes 6, 13, 20 y 27 de noviembre de 20.30 a 22 hs. (Grupo 2) (OF. 3377)**

PROF: DIEGO MONTENEGRO

\* Requiere conocimiento básico

CURSOS GRATUITOS, ABIERTOS SÓLO PARA LA COMUNIDAD UP. CUPO LIMITADO.

### Informes e inscripción:

Coordinación Facultad de Diseño y Comunicación. Mario Bravo 1050, 5° piso. Teléfono 5199 4500 int. 1510

# Proyecto de Graduación

**Durante el período Agosto/Septiembre 2006 se registraron más de 180 Proyectos de Graduación enmarcados en el Ciclo de Graduación 2006/2 de los Cuartos Años de la Facultad. Los temas registrados presentan vinculaciones teóricas y proyectuales que articulan la formación académica a los requerimientos del campo profesional en el que los egresados se van a ubicar.**

El listado que se presenta es un instrumento que verifica el registro y la condición de regularidad de los estudiantes de la Facultad. Permite conocer el número asignado al Proyecto de Graduación en la instancia de presentación de la ficha de inscripción.

Este dato identifica el proyecto durante su ciclo de entrega y evaluación, por eso es necesario recordarlo para la instancia de entrega final del trabajo.

Aquellos estudiantes que no han presentado su ficha de inscripción en los plazos establecidos por la Facultad pierden su posibilidad de presentación de Proyecto de Graduación y por lo tanto su condición de finalización y aprobación de cursada.

Se recuerda a los estudiantes que el período de recepción o entrega del Proyecto de Graduación establece como:

- Primer fecha de entrega: la semana del 18 al 22 de diciembre de 2006, quedando asignado el tercer viernes de diciembre como fecha última de entrega.

- Segunda fecha de entrega: la semana del 19 al 23 de febrero de 2007, quedando asignado el tercer viernes de febrero como fecha última de entrega.

El listado puede verificarse en:

www.palermo.edu.ar/facultades\_escuelas/dyc/pgraduacion/index.html

A continuación se detallan los nuevos proyectos registrados en el segundo cuatrimestre 2006. Se organizan por carrera y se detallan el estudiante - autor, el número de proyecto, el título y, entre paréntesis, la cátedra donde se desarrolla.

## COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

**Miguel Angel Vidal Almendros** - N° 262 - DVD-Portafolio (G. Desimone) • **Amalia Hafner** - N° 279 - Contrahegemonía visual (P. Del Teso) • **Ezequiel Epifanio** - N° 280 - Política para filmar (P. Del Teso) • **Lucila María Sanguinetti** - N° 299 - El arte de hacer cine fantástico (P. Del Teso) • **Francisco Ignacio Cannon** - N° 301 - La dirección de arte integral (P. Del Teso) • **Mariano Torres** - N° 302 - Formas y deformidades del absurdo (P. Del Teso) • **Victoria Franzan** - N° 303 - La actuación en la comedia (P. Del Teso) • **Mariano Troise** - N° 304 - Desarrollo de proyecto audiovisual (P. Del Teso) • **Walter Rittner** - N° 305 - Dirección de fotografía en largometraje (P. Del Teso) • **Laura Melisa Samaniego** - N° 307 - Un ojo mecánico (P. Del Teso) • **Juan Pablo Bondi** - N° 351 - La violencia y el grotesco en el thriller (P. Del Teso) • **Raquel Barreto** - N° 403 - La producción cinematográfica en la industria nacional (P. Del Teso).

## DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO

**María Florencia Cardenas** - N° 251 - Music makes history • **Matías Sebastián Dadi** - N° 258 - Al estética cyberpunk aplicada a desarrollos multimedia (G. Desimone) • **Matías Alejandro Borrás** - N° 266 - El DVD como medio de información (G. Desimone) • **Ignacio Díaz** - N° 284 - La dirección de arte y

su definición estilística (G. Desimone) • **Pablo Pucci** - N° 285 - Dirigiendo ante la ley (G. Desimone) • **Lisandro Bulit** - N° 347 - Yo (autobiografía de un loco) (G. Desimone) • **Tomás Ignacio Anello** - N° 348 - Interactividad 0 (G. Desimone) • **Ana Florinda Verrier Schaer** - N° 356 - Las vanguardias y el Net Art (G. Desimone) • **Marité Sganga** - N° 363 - La utopía de la objetividad integral: el montaje en el cine documental (G. Desimone) • **Analia Gascón** - N° 364 - El difícil arte de educar a un pueblo (G. Desimone) • **Alejandro Guido Gómez** - N° 378 - La animación digital y su influencia en la realización audiovisual (G. Desimone) • **Marcos Ilari** - N° 385 - La iluminación como un elemento narrativo (G. Desimone) • **Anabella Denapole** - N° 386 - Los video juegos - estimulación (G. Desimone) • **Javier Hernán Poles** - N° 398 - ¿Oímos todo lo que vemos? (G. Desimone) • **Darío Sebastián Brojdo** - N° 401 - Estrategias digitales de comunicación y posicionamiento de marca en internet (G. Desimone) • **Lucas Burcheri Costa** - N° 418 - Diseño de gráficas en movimiento para tv (G. Desimone).

## DISEÑO DE INTERIORES

**Juliana Symanowicz** - N° 249 - Luz solar - luz artificial ¿Protectoras o villanas? (A. Campi) • **Liliana Natalia Rugna** - N° 270 - El vidrio un material noble (A. Campi) • **Paulo Castañeda** - N° 298 - Estilo Napoleónico en hoteles 5 estrellas (A. Campi) • **César Luis Stivaletta** - N° 300 - Interiores modernos en construcciones antiguas (A. Campi) • **Luciana Urrutia** - N° 316 - Hotel Bussiness (A. Campi) • **Verónica María Stegmann** - N° 317 - Algodón (A. Campi) • **Romina Gianfelice** - N° 319 - Rol de la mujer (A. Campi) • **Carolina María Lacasa** - N° 405 - La bandola Hotel - Tango & Diseño (D. Wolf).

## DISEÑO EDITORIAL

**Alicia Raquel Sliwkin** - N° 250 - Rediseño Diario Norte - Nueva Imagen, mismo espíritu (C. Del Río).

## DISEÑO DE IMAGEN EMPRESARIA

**Luis Ingles** - N° 255 - Imagen institucional casco histórico ciudad de Bs. As (M. Ghio) • **Jorge Valverde** - N° 326 - Musicummemory. Museo Argentino de la Música (M. Ghio) • **Francisco Camino** - N° 346 - Ikebana, imagen empresaria (M. Ghio) • **Martina Mut** - N° 366 - Polución visual en Buenos Aires (M. Ghio) • **María Eugenia Márquez** - N° 395 - DNI (M. Ghio) • **Sabrina Anahí García** - N° 400 - El diseño en el espacio urbano (M. Ghio) • **Cynthia Guerrero** - N° 420 - Diseño y calidad de vida (M. Ghio) • **Alejandra Burato** - N° 428 - **Marca Guapa** (M. Ghio) • **María Luz Casemajor** - N° 246 - El valor de la historia (M. Ghio).

## DISEÑO DE PACKAGING

**Pablo Ainciart** - N° 433 - Reposicionamiento y nuevo lanzamiento de la marca y packaging "Lactal" (D. Pérez Lozano) • **Cristina Muñoz**

N° 288 - Quito soul (D. Pérez Lozano) • **Sofía Sanchez Barrenechea** - N° 417 - Proyecto de desarrollo de nuevo envase de producto existente (D. Pérez Lozano).

## DISEÑO INDUSTRIAL

**María Natalia Montañana** - N° 410 - Juego infantil para jardines de infantes (G. Bossi) • **Maximiliano Swarovski** - N° 411 - Sistema de asistencia para emergencias (G. Bossi) • **Pablo Facundo Lopez** - N° 412 - Producto de asis-tencia médico terapéutica (G. Bossi) • **Javier Leveratto** - N° 413 - Producto recreativo para personas con discapacidades motrices (G. Bossi) • **Alfonso Giudici** - N° 422 - Producto social recreativo (G. Bossi) • **Marcelo Orlievsky** - N° 409 - Aprovechamiento sub-productos de la madera (G. Bossi).

## DISEÑO PUBLICITARIO

**Gina Montaña** - N° 286 - Intervención en el espacio urbano (Alvarez) • **Andrés López Arce** - N° 327 - Campaña Movistar, multiproductos 2007 (Alvarez).

## DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

**María Beatriz Andrekevich** - N° 247 - Anush en invierno • **Agustina Larocca** - N° 248 - El lanzamiento de Anush • **Anahí Frisina** - N° 268 - Arte versus Diseño (V. Ivaldi) • **Yamila Corsunsky** - N° 269 - Una indumentaria que acompañe una forma de vida • **Virginia Vercelli** - N° 290 - ¿Lencería para seducir? (M. Schenone) • **Maricel Sanso Crespo** - N° 306 - Cuerpo en movimiento (M. Senra) • **María Virginia Pugliese** - N° 310 - Luna macana (M. Senra) • **Inés Suarez** - N° 312 - Crisis (V. Ivaldi) • **María Fernanda Giri** - N° 314 - Azafatas (M. Senra) • **Lucía Zarate** - N° 315 - Albatros, indumentaria de golf (M. Schenone) • **Christiane García Busato** - N° 325 - Dime como te vestes y te dire de donde eres (V. Ivaldi) • **Leila Odón** - N° 350 - Lanzamiento de una marca: Leila Odón, identidad nacional (M. Senra) • **Andrea Frankhauser** - N° 354 - Sets de ropa para niños • **Alejandra Boland** - N° 389 - San Cono (M. Schenone) • **Angeles Sojo** - N° 390 - Veruska (M. Schenone) • **Paola Requena** - N° 397 - Neonómada (M. Senra) • **Verónica Kargauer** - N° 404 - Deportes extremos (A. Espector) • **María Di Nucci** - N° 406 - Concept trading (M. Schenone) • **Magdalena Perego** - N° 414 - Buscando alma (productora de vestuario de cine, teatro y tv) (M. Schenone) • **Julieta Mathov** - N° 421 - Fenómenos naturales (A. Espector) • **Luciana Macchi Poulet** - N° 424 - Cores marítima (M. Schenone) • **Adriana Scarfiello** - N° 431 - Talleres textiles con fines sociales (M. Schenone).

## HOTELERÍA

**Michelle Natalie Fraga** - N° 318 - Plan de capacitación de Recursos Humanos (J. Tusset) • **Fernando Perelman** - N° 379 - Hoteles boutique (J. Tusset).

## PUBLICIDAD

**Francisco Passuelo** - N° 259 - Marketing de la experiencia en cortometrajes (M. Stortoni) • **Romina Valeria Guiducci** - N° 260 - La cultura organizacional de un continente a otro (M. Stortoni) • **María Mercedes Zubiarrain** - N° 267 - Marketing de la experiencia: Vivir la marca (M. Stortoni) • **Gerardo Arata** - N° 271 - Novo 600 (M. Stortoni) • **Brenda Benítez** - N° 272 - La fuerte personalidad de Ikea (M. Stortoni) • **Tomás Livingston** - N° 274 - Alianza estratégica. UBIK (M. Stortoni) • **Damián Russo** - N° 275 - Alianza estratégica. UBIK (M. Stortoni)

• **Estefanía Cordo** - N° 277 - La importancia de la identidad en el proceso de creación de marca (M. Stortoni) • **Denise Carrano** - N° 278 - La importancia del reposicionamiento en la fractura de marca (M. Stortoni) • **Celina Twardowski** - N° 281 - MSK: un reflejo de la cultura global (M. Stortoni) • **Cecilia Torres** - N° 282 - La importancia de la construcción del brandcharacter de MSK para consolidar su posicionamiento (M. Stortoni) • **María Kolliker Frers** - N° 283 - Internet: vinculación interactiva entre MSK y el público joven (M. Stortoni) • **Erica Kreyborg** - N° 289 - Krey (M. Stortoni) • **María de los Angeles Fernández Correa** - N° 291 - Análisis de la publicidad para hombres homosexuales • **Jana Sophie Nulle** - N° 331 - ¿Ficción o realidad? El aprovechamiento de los multiespacios para hacer vivenciar al consumidor la marca (M. Stortoni) • **Santiago Balza** - N° 335 - Creatividad en el punto de venta (M. Stortoni) • **Nicolás Alejandro Padilla** - N° 336 - Como influye la publicidad en los niños (M. Stortoni) • **Federico Enrique Nachmann** - N° 337 - Branding de sensaciones (M. Stortoni) • **Tomás Passerieu** - N° 338 - Identidad marcaría de Lego (M. Stortoni) • **Juan Manuel Giordano** - N° 339 - Viviendo las marcas (M. Stortoni) • **Pamela Alejandra Goggia** - N° 340 - Cultura y temas tabú en el entretenimiento (M. Stortoni) • **Estelle Goussu** - N° 343 - Lanzamiento de mestiso (zapatos urbanos) Hijo de la mundialización (M. Stortoni) • **María Celeste Berrettera** - N° 349 - Análisis de tendencias y emergentes en el desarrollo de nuevos negocios (M. Stortoni) • **Baltasar Nista** - N° 360 - De canales a puntos de comunicación (M. Stortoni) • **Natalia Bagnati** - N° 361 - Marketing de la experiencia aplicado a los multiespacios (M. Stortoni) • **Laura Kargauer** - N° 367 - Cultura light, comunicación saturada (M. Stortoni) • **Daniela Armocida** - N° 368 - Marcas vanguardistas (M. Stortoni) • **Camila Herzovich** - N° 374 - Importancia del estudio de las tendencias del macro y micro entorno para la efectividad del plan estratégico del proyecto (M. Stortoni) • **Pablo Aristimuñoz** - N° 375 - Una marca en los medios (M. Stortoni) • **Melisa D'Aquila** - N° 383 - Proyecto Madero Fashion Point (M. Stortoni) • **Priscila María Dubischar** - N° 384 - Proyecto Madero Fashion Point (M. Stortoni) • **Gonzalo Jorge Andino** - N° 392 - Relanzamiento de Torino (M. Stortoni) • **Noelia Rolandelli** - N° 393 - Proyecto Madero Fashion Point (M. Stortoni) • **Natalia Montaldo** - N° 425 - Campaña de co-branding Movistar - Blockbuster (A. Candelmi) • **Eduardo Polito Grané** - N° 426 - Co-Branding. Movistar - Cartoon Network (A. Candelmi) • **Juan Manuel Vergara** - N° 427 - Movistar-Pandora (A. Candelmi) • **Martín Galleano** - N° 429 - Influencia de la publicidad en las industrias culturales (M. Stortoni) • **Rafael Paz Tassone** - N° 430 - Fotopaz, la nueva imagen (M. Stortoni) • **Christian Müller** - N° 432 - Tendencias y emergentes (cultura y subcultura) (M. Stortoni).

## RELACIONES PÚBLICAS

**Sheila Sapiro** - N° 245 - Petrofusión (M. Ambrosioni) • **Mónica Rosa Libertino** - N° 252 - Fragua Sudamericana (M. Ambrosioni) • **Natalia Montaldi** - N° 254 - Despegando con Barceló (M. Ambrosioni) • **Ursula Simonetti** - N° 264 - Hacia la credibilidad y la reputación en fusiones y adquisiciones (M. Ambrosioni) • **María Agustina Garbino** - N° 293 - Imagen Empresaria en situación de crisis (M. Ambrosioni) • **María Angela Siracusa** - N° 294 - Los eventos empresariales (M. Ambrosioni) • **Andrea Cuasnicu** - N° 295 - Living Argentina.com (M. Ambrosioni) • **Verónica Rombolá** - N° 308 - La palabra como herramienta de fidelización del cliente (M. Ambrosioni) • **Barbara Tatiana**



**Groh** - N° 309 - Maveric, la combinación perfecta para tenaris? (M. Ambrosioni) • **Mariano Ignacio Napolitani** - N° 320 - Empresas tradicionales, comunicación innovadora (M. Ambrosioni) • **Margarita Garayalde** - N° 321 - Sinergia. Comunicación y eventos (M. Ambrosioni) • **Laura Salomon** - N° 322 - Sinergia. Comunicación y eventos (M. Ambrosioni) • **Juan Alberto Beroiz** - N° 323 - O sabor do encontro (M. Ambrosioni) • **Agustín Cane** - N° 324 - Reestructuración de la comunicación en AIWA (M. Ambrosioni) • **Martina Torroba** - N° 332 - Comunicación y salud (M. Ambrosioni) • **Paola Di Cicca** - N° 333 - Revitalizando la imagen corporativa (M. Ambrosioni) • **Gabriela Aloe** - N° 334 - Asegurando el futuro corporativo (M. Ambrosioni) • **Carla Analía Franco** - N° 342 - Ladradores online (M. Ambrosioni) • **Sofía Roa** - N° 344 - En busca del vanguardismo y estilo masculino (M. Ambrosioni) • **Cristina Taramelli** - N° 345 - Dando estilo al sexo fuerte (M. Ambrosioni) • **Hernán Ariel Berbari** - N° 357 - Comunicaciones en adquisiciones online (M. Ambrosioni) • **Emiliano Martín Sánchez** - N° 358 - Adquisición Sprint-Nextel (M. Ambrosioni) • **María Victoria Laborde Ruiz** - N° 359 - Una copa más para los brasileros (M. Ambrosioni) • **Analia Virginia Martínez** - N° 365 - La fusión de dos centenarios (M. Ambrosioni) • **Mauro Carol** - N° 369 - Uniendo dos culturas (M. Ambrosioni) • **Gabriel D'Alesandro** - N° 370 - Circus (M. Ambrosioni) • **Marlene Destrée** - N° 373 - Comprometerse internamente (M. Ambrosioni) • **María Inés Buero** - N° 376 - Se agranda la familia (M. Ambrosioni) • **Sabrina Bueno** - N° 376 - Comprando el mercado (M. Ambrosioni) • **Guiselle Mancheno** - N° 399 - El cambio que evoluciona (M. Ambrosioni) • **Pablo Lionel Salvio** - N° 408 - La difícil misión de unificar empresas (M. Ambrosioni) • **Luciana Monteverdi** - N° 415 - Comunicación externa en entidad financiera (M. Ambrosioni) • **Daniela Pagano** - N° 416 - (M. Ambrosioni).

#### TURISMO

**Marino Mandakovic Falconi** - N° 253 - Hostel en Buenos Aires (J. Tusset) • **Hernán José Bortagaray** - N° 256 - Proyecto de inversión (J. Tusset) • **Matías Hernán Devito** - N° 257 - Proyecto de inversión: EYVT dedicada al Turismo Alternativo (J. Tusset) • **María Julieta Valdemoros** - N° 261 - Cümelen Turismo Alternativo (R. Gómez Giordano) • **Giselle Wegbraut** - N° 263 - Lanzamiento de una agencia de viaje (R. Gómez Giordano) • **Victoria Alejandra Crudele** - N° 265 - Ayukelen, empresa de viajes y turismo especializada en turismo alternativo (J. Tusset) • **Luciana Beatriz Pappalardo** - N° 273 - En la puerta de la Patagonia: La Pampa (R. Gómez

Giordano) • **Romina Vaquero** - N° 276 - Plan de desarrollo turístico sustentable del balneario El Condor (J. Tusset) • **María Florencia Balestrieri** - N° 287 - Una experiencia de alojamiento en contacto con la naturaleza: Taguatuhú Lodge (R. Gómez Giordano) • **Mariano Rivero Haedo** - N° 292 - Paseo Isleño (R. Gómez Giordano) • **Karina Alejandra Peduzzi** - N° 296 - Hotel escuela. Un nuevo concepto (R. Gómez Giordano) • **Juan Martín Israel** - N° 297 - Proyecto estancia El Roble (R. Gómez Giordano) • **Lucía Vara** - N° 311 - Plan de promoción de la ciudad de Río Cuarto (J. Tusset) • **María Meliné Tossounian** - N° 313 - Plan de desarrollo turístico de San Martín de los Andes (J. Tusset) • **María del Rosario Barclay** - N° 328 - Proyecto hotelero en Bariloche (J. Tusset) • **Laura Virginia Eguiazu** - N° 329 - Proyecto de hostería en la localidad de San Isidro - Prov. de Buenos Aires (J. Tusset) • **Cinthia Georgina Maita** - N° 330 - Proyecto de hostería temática en San Telmo (J. Tusset) • **Juliana Lurbé** - N° 341 - Plan de mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos de El Calafate (J. Tusset) • **Carolina Inés Aldao** - N° 352 - Apertura de una agencia de viajes emisoro en Capital Federal (J. Tusset) • **Ramiro Alvarez** - N° 353 - Emprendimiento turístico en la provincia de Chubut (R. Gómez Giordano) • **María Victoria Ackermann** - N° 355 - Eiriz Corporate (R. Gómez Giordano) • **Agustín Castelli** - N° 362 - Residencia universitaria (R. Gómez Giordano) • **Matías Alberto Rossi** - N° 371 - Desarrollo del partido de Tres Arroyos (J. Tusset) • **David Aap** - N° 372 - Termas del río Valdez (J. Tusset) • **Jennifer Perchik** - N° 380 - Proyecto de instalación de un hostel para extranjeros en el barrio de Belgrano (J. Tusset) • **Celina Cattaneo** - N° 381 - Circuito turístico por estancias históricas de Buenos Aires (J. Tusset) • **Alejo Julián Bekinschtein** - N° 382 - Turismo receptivo chino (J. Tusset) • **Rubén Ledesma** - N° 387 - Implementación de un circuito cultural (J. Tusset) • **Mariana Luna de Bettin** - N° 388 - Proyecto de marketing, construcción, subvención y financiación (J. Tusset) • **Ariel Nicolás Tornimbeni** - N° 391 - Desarrollo comercial de un hostel en la ciudad de Santa Fe (R. Gómez Giordano) • **Juan Sebastián Torres Wohlers** - N° 394 - Establecimiento turístico Lago Cholila (R. Gómez Giordano) • **Santiago Eduardo Ciallella Prelat** - N° 396 - Transporte aéreo y turismo (J. Tusset) • **Federico De Falco** - N° 402 - Renovación integral de una agencia de viajes (R. Gómez Giordano) • **Mirella Vanesa Truffa** - N° 407 - Desarrollo turístico de General Lavalle (R. Gómez Giordano) • **Juan Gabriel Torres** - N° 419 - Estancia María Luisa, Río Grande (Tierra del Fuego) (J. Tusset) • **Marcela Andreotti** - N° 423 - La hotelería funcional (R. Gómez Giordano).

## Premio Estímulo DC 2006

XV Edición



Desde 1992 se entregan los Premio Estímulo a los estudiantes con mejor desempeño académico que ingresaron a primer año en marzo 2006 y cuenta con el auspicio de la empresa Pizzini. Este desempeño se toma en base a los exámenes finales rendidos por cada alumno en los llamado de julio y septiembre del mismo año. Se consideran a los estudiantes que aprobaron en estos períodos, tres o más exámenes finales. Se entrega un diploma al mejor promedio de cada comisión.

#### COMUNICACION AUDIOVISUAL

Ayax Bader, 1° A TT (8.25)  
David Cerdas Mendez, 1° A TN (9.40)  
Juan Pablo Pieschacon Moreno, 1° A TM (8.60)  
Laura Tatiana Prieto Muñeton, 1° B TM (8.00)

#### DISEÑO DE ESPECTACULOS

**Vestuario Vestuario**  
Fabrina De Rosa, 1° A TT (9.50)  
**Escenografía Escenografía**  
Dalia Raquel Kluger, 1° A TT (9.67)

#### DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO

Ignacio Di Martino, 1° B TM (8.00)  
Santiago Héctor García Dietze, 1° A TT (8.33)  
María Victoria Pena, 1° A TN (9.67)  
Yael Ester Rosenzweig, 1° A TM (9.00)  
Lucas Pablo Salvietti, 1° A TM (9.00)

#### DISEÑO DE INTERIORES

María Virginia Di Leoni, 1° C TM (9.00)  
Verónica Alejandra Diaz, 1° B TM (9.00)  
Paola Farbowicz Cohen, 1° A TN (9.75)  
María Victoria Figueredo Oria, 1° A TM (9.00)  
María Natalia Rubiolo, 1° A TT (9.75)

#### DISEÑO GRAFICO

Melisa Cristina Bruckner, 1° A TT (9.67)  
María Ana Brusco, 1° A TN (8.25)  
Sonia Alejandra Del Regno, 1° B TM (9.50)  
Elizabeth Carolina Elsasser, 1° C TM (9.50)  
Agustina B. Gonzalez Piñero, 1° A TT (9.67)  
Laura Lanari, 1° B TN (8.33)  
Natalia Morselli, 1° A TM (8.00)  
Miguel Angel Reyes Solis, 1° B TT (7.67)  
Damian Enrique Schiavone, 1° C TN (8.75)

#### DISEÑO INDUSTRIAL

Abi Dulce López, 1° A TM (8.60)  
Diego Sebastián López, 1° B TM (8.75)  
Lucas Jose Machado, 1° A TT (9.33)  
Rodrigo Gabriel Minutella, 1° A TN (9.00)

#### DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

María Belén Amorosi Sede, 1° C TT (8.75)  
Dante Sebastián Boni, 1° A TN (9.25)  
Soledad Caggiano, 1° E TM (8.67)  
Alicia Cho, 1° D TM (8.00)  
Camila Andrea De Lellis, 1° D TM (8.00)

Laura Grosskopf, 1° B TT (8.67)  
Leticia Masarachio, 1° B TN (9.75)  
Flavia Margarita Ovejero, 1° A TT (8.80)  
Laura Pittaluga, 1° E TM (8.67)  
Sofía Portela, 1° A TM (9.33)  
María Paula Ratcliffe, 1° C TM (8.25)  
Jimena Soriano, 1° B TM (8.20)

#### FOTOGRAFIA

Rodrigo Garcia Llauro, 1° A TN (8.25)

#### HOTELERIA

Manuela Casella Vecchi, 1° A TM (9.00)  
Analia Vanesa Muzzolini, 1° A TN (9.00)  
Jimena Vanesa Pagano, 1° B TM (8.33)  
Constanza Jimena Rodriguez, 1° A TM (9.00)

#### ORGANIZACION DE EVENTOS

Romina Paula Blanco, 1° A TM (8.75)  
Natalia Anabella Blaustein, 1° A TN (9.67)  
María Fernanda Caneva, 1° A TT (9.67)  
Andrea Laura Firpo, 1° B TN (8.00)  
Ernesto Horacio Medela, 1° B TM (9.50)

#### PRODUCCION DE MODAS

María Eugenia Garcia Rahi, 1° A TM (8.00)  
Marisol C. Hercole Sequeira, 1° A TN (8.50)

#### PUBLICIDAD

Ana Margarita Feliz de Jesús, 1° A TM (9.00)  
Brenda Adriana Grand Ferrari, 1° A TN (8.60)  
Astrid Lia Mirkin, 1° C TM (9.25)  
María Virginia Pesek, 1° A TT (8.40)  
Ainhoa Maria Rigabert, 1° B TM (8.40)

#### RELACIONES PUBLICAS

Jorge Gabriel Espeche, 1° A TM (9.25)  
Natalia Veronica Sacchinelli, 1° A TT (8.00)  
María Cristina Sugimori, 1° A TN (9.00)

#### TURISMO

Sabrina Dal Lago Carabajal, 1° A TT (9.33)  
Guadalupe Lloyd, 1° A TM (9.00)  
Hernán Makoto Nakazato, 1° A TN (8.00)

#### Entrega de Premios

21 de noviembre, 19 hs.  
Mario Bravo 1050. Auditorio, 1° piso.

#### TRABAJOS REALES PARA CLIENTES REALES

### Entrega de premios Concurso SCA

El pasado 11 de octubre en la sede de la Sociedad Central de Arquitectos se realizó la entrega de premios correspondiente al concurso para el rediseño de marca y brand book de la SCA. Con la presencia del Arq. Daniel Silberfaden, Presidente de la Sociedad Central de Arquitectos y Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación UP, se llevó adelante el acto de premiación del concurso realizado en el marco del programa Trabajos Reales para Clientes Reales que consistió en el rediseño de la identidad visual y propuesta de brand book para la SCA. Participaron del proyecto los alumnos del 4° año de la Carrera de Diseño Gráfico orientación Imagen Empresaria, coordinados por el profesor Marcelo Ghio, y fue realizado durante la asignatura Diseño de Imagen Empresaria. Se reproduce la imagen del trabajo ganador.

Jorge Valverde y Francisco Camino, ganadores del 1° premio en la entrega de premios realizada en la SCA



### Artesanías Argentinas

El pasado 11 de octubre se realizó el Concurso de Artesanías Argentinas en la sede Jean Jaurés 932 de nuestra universidad. El jurado estuvo compuesto por autoridades de la ONG, ellos fueron María Teresa Von Stecher y Carolina Porteous. Artesanías Argentinas es una asociación sin fines de lucro, que desde 1977 promueve a artesanos aborígenes y criollos para que conserven sus culturas y hagan de su arte una forma de vida digna para ellos y su familia. Los requerimientos para que los estudiantes participaran en el concurso fueron la renovación de diseños a partir del desarrollo de una propuesta producto con técnicas utilizadas por el aborigen argentino.

Luego de una larga evaluación de los diferentes trabajos presentados por los alumnos de las cátedras de los profesores Marco Sanguinetti y Javier Previgliano, los productos premiados fueron: 1er premio Lucas Milossi, 2do premio Guillermo Avalos, 3er premio Corina Fariñas, y las menciones correspondieron a los trabajos realizados por: Ana María Carvajal, Nicolás Rovatti, James Mac Donald y Ayelen Babnik. La entrega de premios de este concurso se va a realizar el día 15 de noviembre a las 9.30hs. en el SUM de la sede Mario Bravo 1050. ¡Felicitaciones para los ganadores!

## “(..) por haber crecido junto a nosotros, por darnos la libertad de crear, de exigir, de pensar y también de cuestionar (..)”

El 29 de agosto pasado se realizó la XXV Colación de Títulos y Grados UP. En el evento, del que participaron autoridades, profesores y egresados UP, colacionaron más de 200 nuevos profesionales que se llevaron su título y el reconocimiento de compañeros, docentes y allegados. Presentamos los discursos de graduación de Carina Viola, Licenciada en Relaciones Públicas y Sheila Niebieski, Diseñadora de Interiores. En la edición Nº 88 del DC octubre 2006 se puede consultar el listado completo de los egresados de la Facultad de Diseño y Comunicación que recibieron sus diplomas en dicha oportunidad.

### “Es momento de desplegar las alas y echarse a volar. La decisión es nuestra. Yo lo voy a intentar”

Discurso de Sheila Niebieski, Diseñadora de Interiores de DC UP

“Llegué a la Universidad siendo tan sólo una adolescente tratando de encontrar su camino a recorrer. Entré a su edificio perdida sin saber hacia donde ir cuando uno de los coordinadores me orientó hacia mi aula correspondiente. Recuerdo que cada uno de mis compañeros y yo teníamos un cierto nervio-sismo muy característico de quien está por comenzar un nuevo proyecto. La diversidad de alumnos era sorprendente: algunos venían de realizar otras carreras, otros llegaban del secundario pero la diferencia de edades era muy significativa y creí que sería interesante para el aprendizaje, los diferentes puntos de vista que cada uno podía aportar teniendo en cuenta sus conocimientos previos. Cada uno comentó que es lo que esperaba encontrar en este lugar y así comenzó mi recorrido aquí.

Llegué a la UP sintiendo que esta Universidad podría cumplir con mis expectativas e inquietudes, ya que la carrera de Diseño de Interiores era para mí el resultado de una búsqueda para desarrollarme y encontrar las distintas maneras de lograr la estética y perfección de diferentes lugares basado siempre en la armonía en los colores y las formas.

A medida que los cuatrimestres se fueron sucediendo, también los programas de las diferentes materias fueron cambiando tratando siempre de lograr que los contenidos dictados estén a la orden del día en cuanto al requerimiento de los futuros clientes. Siempre se trató de enseñar a los alumnos no sólo los contenidos teóricos de las materias sino también, cómo lograr una correcta relación con las personas que en un futuro requerirán sus servicios.

Muchas horas he pasado sentada frente a mi tablero y computadora tratando de cumplir con los objetivos requeridos por los diferentes docentes y haciendo lo mejor posible por dar lo mejor de mí. Me imagino que a cada uno de ustedes le ha pasado lo mismo en la carrera que han estudiado. Es una Universidad que exige a su alumno al máximo sin contemplación, logrando así la autosuperación y el perfeccionamiento en cada área de estudio. Es este aspecto que hoy ya habiendo terminado

de cursar y rendir todos mis exámenes, agradezco a los docentes esta preparación que nos han dado para enfrentar ahora nuestro futuro desarrollo laboral.

Encontré en el cuerpo docente la facilidad del diálogo frente a dificultades que se fueron sucediendo y me ayudó notablemente a mejorar errores trabajando en ellos y nuevamente acudiendo hasta un buen resultado final. Así de ese modo, pude ir mejorando las propuestas que eran pedidas por los profesores y aprender de sus exigencias a realizar cada vez proyectos de forma más profesional, tanto en la parte de diseño como en la presentación de los mismos.

A continuación quiero compartir con ustedes un cuento que he leído en uno de los libros escritos por Jorge Bucai:

*Y cuando se hizo grande, su padre le dijo:*

*- Hijo mío, no todos nacen con alas. Y si bien es cierto que no tienes obligación de volar, opino que sería penoso que te limitaras a caminar teniendo las alas que el buen Dios te ha dado.*

*- Pero yo no se volar - contestó el hijo.*

*- Ven - dijo el padre.*

*Lo tomó de la mano y caminando lo llevó al borde del abismo en la montaña.*

*- Ves hijo este es el vacío. Cuando quieras podrás volar. Sólo debes pararte aquí, respirar profundo, y saltar al abismo. Una vez en el aire extenderás las alas y volarás...*

*- ¿y si me caigo?*

*- Aunque te caigas no morirás, sólo algunos machucos que te harán más fuerte para el siguiente intento - contestó el padre.*

*El hijo volvió al pueblo, a sus amigos, a sus pares, a sus compañeros con los que había caminado toda su vida.*

*Los más pequeños de mente le dijeron:*

*- ¿Estás loco?*

*- ¿Para qué?*

*- Tu padre está delirando...*

*- ¿Qué vas a buscar volando?*

*- ¿Por qué no te dejas de pavadas?*

*- Y además, ¿quién necesita volar?*

*Los más lúcidos también sentían miedo:*

*- ¿Será cierto?*

*- ¿No será peligroso?*

*- ¿Por qué no empiezas despacio?*

*- En todo caso prueba tirarte de una escalera*

*...O desde la copa de un árbol, pero... ¿desde la cima?*

*El joven escuchó el consejo de quienes lo querían. Subió a la copa de un árbol y con coraje saltó... Desplegó las alas.*

*Las agitó en el aire con todas sus fuerzas... pero igual, se precipitó a la tierra.*

*Con un gran chichón en la frente se cruzó con su padre:*

*- ¡Me mentiste! No puedo volar. Probé y ¡mira el golpe que me di! No soy como tú. Mis alas sólo son de adorno.*

*- Hijo mío - dijo el padre- Para volar hay que crear el espacio de aire libre necesario para que las alas se desplieguen.*

*Es como para tirarse de un paracaídas... necesitas cierta altura antes de saltar.*

*Para aprender a volar siempre hay que empezar corriendo un riesgo.*

*Si uno no quiere correr riesgos, lo mejor será resignarse y seguir caminando para siempre.*

Luego de todos estos años de preparación, pienso que en cada uno de nosotros está el deseo de levantar las alas y volar aunque en muchos momentos podamos dudar por miedos e inseguridades, luego de la preparación que cada uno ha recibido, siento que es momento de desplegar las alas y echarse a volar. La decisión es nuestra. Yo lo voy a intentar.”

### “Seamos capaces de hacer siempre lo imposible, de no conformarnos, de buscar más”

Discurso de Carina Viola, Licenciada en Relaciones Públicas de DC UP

“Muy buenos días a todos: a las Autoridades de la Universidad de Palermo, profesores, padres, alumnos, familiares y amigos.

En primer lugar, me permito agradecer en mi nombre y el de mis compañeros, a todos aquellos que de alguna manera nos ayudaron y nos permitieron llegar hoy hasta este lugar.

A la Universidad en su totalidad por brindarnos un lugar diferente, por haber crecido junto a nosotros, por darnos la libertad de crear, de exigir, de pensar y también de cuestionar.

A aquellos profesores que nos dieron las herramientas para que hoy nos podamos desempeñar en el campo profesional, además de brindarnos su paciencia, su voluntad y esfuerzo gracias a los cuales también hoy estamos acá. Y por último, a nuestros padres, gracias a ellos llegamos a ser quienes somos hoy.

Creo que este es un día especial para muchos de los que estamos presentes. En particular para nosotros, los alumnos, que concretamos el sueño para el cual trabajamos día tras día a lo largo de estos años y para todos los que se esforzaron en acompañarnos.

Cada uno llega hasta aquí desde diversos caminos, algunos tardamos más tiempo, otros menos. Nuestras historias y aspiraciones son diferentes, nuestras realidades y motivaciones también lo son.

Pero creo que muchos de nosotros compartimos un interrogante que nos planteamos ahora y es, ¿Cómo nos vamos a preparar para vivir esta nueva etapa de la vida?

A propósito de esto quiero compartir con ustedes

des que en la carrera que elegí, una de las cosas que más hicimos en estos años fue ejercitarnos en el diseño de planes de comunicación. Y para esto nuestros profesores nos enseñaron que siempre debíamos empezar teniendo presente los 3 pilares fundamentales que tienen que estar claros en toda organización. Estos son: la Visión, la Misión y los Valores. Son considerados nada menos que el alma de toda organización, su espíritu y su identidad diferenciadora ante el resto.

Estas convicciones son esenciales y duraderas. No requieren ninguna justificación externa ni dependen del medio ambiente, ni de las modas. Y todas las acciones que se desarrollen destinadas al crecimiento empresarial deberán basarse en estos pilares.

Esto que aplicamos constantemente a las organizaciones, hoy quisiera trasladarlo al plano individual.

Nuestra Visión es aquello que deseamos lograr a largo plazo. Es lo que nos va a guiar y a inspirar, es el sueño que trataremos de conseguir a partir de hoy.

Nuestra Misión es la razón de ser, hacia donde vamos a ir, es el punto de partida desde el cual nos vamos a desarrollar en adelante.

Nuestros Valores, serán los principios y convicciones que guiarán nuestra conducta. Sin ellos no lograremos diferenciarnos y nos desanimaremos fácilmente.

En el entorno global y competitivo en el que vivimos hoy no basta con tener ideas, ni alcanzar las buenas intenciones. Creo que al cerrar esta etapa y comenzar otra, si todavía no lo hicimos, debemos plantearnos seriamente lo que queremos llegar a ser o lograr.

Si desde el principio no se tienen claras estas convicciones, probablemente, acercarnos a nuestro objetivo, alcanzar nuestro sueño, nos lleve más tiempo del que teníamos previsto. Seguramente a partir de hoy se presentarán ante nosotros otros escenarios, también conflictos y momentos de desaliento.

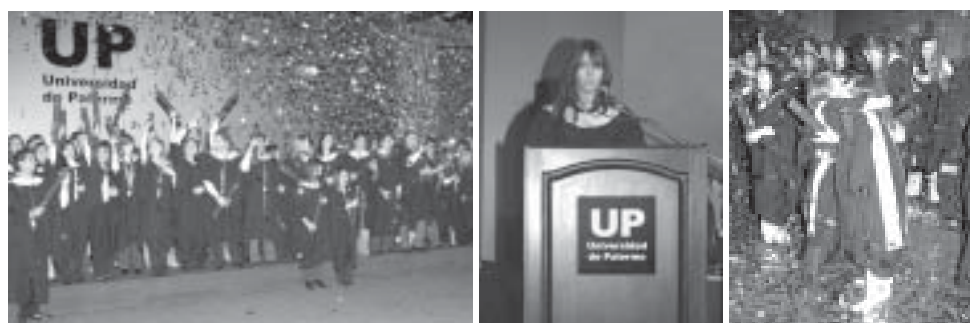
Seamos capaces entonces de hacer siempre lo imposible, de no conformarnos, de buscar más, de no seguir a otros, ser creativos para plantear soluciones a los problemas que se presenten, hacer de otros nuestros propios logros, reconocer nuestros errores si descubrimos que estamos equivocados, seamos flexibles con los que no piensan igual a nosotros, integremos a los que son diferentes, y por sobre todo, seamos capaces de no traicionar nuestros ideales, aquellos que nos van a acompañar durante el camino que hoy comenzamos.

A partir de este momento, cada uno de nosotros es su propia empresa. Mis felicitaciones y deseos es que todos seamos capaces de animarnos a lograr nuestros sueños. Muchas gracias.”

DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

Acuerdo con Lectra

En septiembre pasado la Facultad de Diseño y Comunicación firmó un convenio con la empresa Lectra, licenciataria de los software MODARIS (programa de moltería), DIAMINO (programa de tizadas) y KALEDO (programa de diseño/ fichas técnicas). Las últimas versiones de dichos programas fueron instalados en diez terminales de PC de los laboratorios de la Universidad de Palermo en Mario Bravo 1302.





# De la producción a la comercialización

Seminario de Vinos y Bodegas



En el marco de las actividades desarrolladas por la Facultad de Diseño y Comunicación y la Escuela de Turismo y Hotelería UP, se desarrolló durante octubre el 2º Seminario de Vinos y Bodegas.



Jorge Salatino, Ricardo Ianne y Laura Sotelo sommelier de Familia Zuccardi



Degustación de vinos en el hall de la sede Jean Jaurés

Con la participación de importantes especialistas se abordaron temas concernientes al área de la producción vitivinícola, la degustación, el marketing y la comercialización entre otros. Esta experiencia, contó también con la participación de Cetra (Cámara de Empresas de Turismo Rural en la Argentina) que brindó la posibilidad de agregar a la muestra sus productos artesanales.

Con la presencia de **Laura Sotelo** de Familia Zuccardi, **Ricardo Rebelo** de Finca Flichman, **José Gómez** de Telteca Winery, **Jorge Martínez** de Bodega Domingo Hnos. **Bruno Weinert** de Bodegas Weinert, **Gustado Domínguez** de Sabia, **Carlos Maranielo** de Norton, **Alex Campbell** y **Juan Tonconogy** de Finca Los Maza, **Flavia Fernández Fabio** de Bodegas Colomé, **Carlos y Matías Sket** de Bodega Viña El Cerno y **Jorge Zegarra** de Antigal, entre otros, el seminario contó con

la participación de un público que no dejó de asistir a las diferentes y sucesivas reuniones, compuesto por alumnos de la casa, representantes de la industria hotelera, restaurantes, agencias de turismo y enófilos. Indudablemente el vino, en sus diferentes versiones que integran también los productos espumosos, continúa atravesando un momento muy importante, demostrado esto por el interés puesto de manifiesto por el público que colmó el auditorio de la sede Jean Jaurés 932.

De las disertaciones se desprende la necesidad de continuar aplicando alta tecnología para obtener vinos de calidad, sin olvidar que el vino siempre nos debe dar placer al beberlo y que esa tecnología debe estar al servicio del placer de los consumidores y del tipo de producto que demandan.

El trabajo en el viñedo, buscando aplicar técni-

cas de alta precisión para hacer eficientes a las plantas en la entrega de la materia prima y los cuidados en la cosecha a la hora de determinar la madurez integral del grano de uva, son pasos que los técnicos están abordando en la actualidad y que dan como resultado los excelentes productos obtenidos. Como se dice habitualmente el vino nace en el viñedo, y de este mensaje se desprende la importancia que tiene el trabajo integral en la finca. En la bodega, toda la experiencia de los enólogos se pone de manifiesto en las diferentes etapas de la elaboración donde el proceso fermentativo debe ser estudiado y cuidado al máximo para seguir buscando productos que no pierdan sus características intrínsecas y se logren expresiones que representen también a los terruños de origen.

Toda la cadena de comercialización y la manera de llegar al consumidor son vitales para

lograr el crecimiento necesario en el consumo, del cual dependerá obviamente toda la cadena de producción. La llave está en llegar a los diferentes segmentos de público con productos que satisfagan diferentes necesidades, desde tomar un vino por copas, en una reunión con amigos o en una cena importante.

Tampoco faltó en el seminario las opiniones sobre maridajes entre el vino y la comida. Sobre este tema, sobre el cual se ha escrito muchísimo, también se presentan determinadas reglas preestablecidas. Se llegó a la conclusión que la concordancia debe lograrse al mismo tiempo en lo que se refiere a intensidad de las impresiones, a su naturaleza y a su calidad. Una bebida rica en sabores se relaciona mal con la insipidez de un alimento demasiado neutro. Recíprocamente un vino insípido empaña la alegría de una comida sabrosa.



José Gómez (Telteca Winery) Carlos Maranielo (Norton) Ricardo Rebelo (Finca Flichman) Bruno Weinert (Weinert) F. Fernández Fabio (Colomé) Carlos y Matías Sket (Viña El Cerno) Alex Campbell y Juan Tonconogy (Finca Los Maza) Gustado Domínguez (Sabia Bebidas) Jorge Zegarra (Antigal) Jorge Martínez (Domingo Hnos.)

## INFORMACIÓN ACADÉMICA

### El Portfolio de Asignatura

#### ¿Qué es el Portfolio de Asignatura?

El Portfolio de Asignatura es un documento pedagógico que reúne la producción tipo realizada por los estudiantes en su trayecto curricular dentro de una asignatura dictada por un Profesor y en un período académico determinado (incluye la producción de Trabajos Prácticos de cursada y el Trabajo Práctico para Examen Final.)

#### ¿Para qué la UP DC solicita el Portfolio de Asignatura?

La UP DC está llevando a cabo un Programa de Evaluación de Desempeño junto con los Docentes de su equipo con el objetivo de perfeccionar, elevar y exponer la calidad académica del dictado y la producción de todas las asignaturas de las carreras de Diseño.

#### ¿A quiénes se solicita el Portfolio de Asignatura?

El Portfolio de Asignatura del Segundo Cuatrimestre 2006 se solicita a todos aquellos Profesores que estén dictando clases en la Facultad durante ese período y es requerimiento imprescindible para quienes están en condiciones de presentarse al Programa de Evaluación de Desempeño. (La Info 27, marzo 2006).

#### ¿Cómo se compone el Portfolio de Asignatura? ¿Cuándo se entrega?

En esta segunda etapa del año la presentación se divide en dos partes: Portfolio de Cursada y Portfolio de TPFinal.

Portfolio de Cursada: para su entrega el Profesor/a retendrá una copia papel y digital de la carpeta anillada de cursada que a su criterio represente fielmente los criterios y objetivos desarrollados y evaluados en su asignatura; la que entregará personalmente al momento de cierre de actas del curso respectivo en la semana del 13 al 17 noviembre de 2006. (Se completará una ficha al momento de la entrega como comprobante de recepción, donde una copia será para el docente.)

Portfolio de TPFinal: para su entrega el Profesor/a retendrá una copia papel y digital del TP Final en Diciembre 06. (Se completará una ficha al momento de la entrega como comprobante de recepción, donde una copia será para el docente.)

En ambos casos la Facultad DC proveerá a los docentes un sobre con rótulo impreso para la entrega de los materiales.

El portfolio será seleccionado por el Profesor. Cada Profesor entregará el Portfolio por cada asignatura diferente dictada durante el presente ciclo académico. (Si un Profesor dicta

tres cursos de una misma asignatura debe entregar un solo Portfolio; en cambio dicta dos o más asignaturas distintas, por ej. Publicidad I y Comercialización I, entregará en este caso dos Portfolios, uno por cada Cátedra diferente a su cargo.)

En el caso que se hayan tomado exámenes parciales se debe incorporar una copia del parcial (o las necesarias si hay varios temas).

#### ¿Qué sucede si el Profesor no entrega el Portfolio de Asignatura?

La no presentación o la presentación incompleta significa la pérdida automática de la participación en el Programa de Evaluación de Desempeño del Segundo Cuatrimestre 2006.

Sólo se recibirán aquellos Portfolios que respeten la presentación requerida. No se aceptarán presentaciones fuera de plazo.

#### ¿Qué tengo que hacer si un Docente me solicita la carpeta de cursada para su Portfolio de Asignatura?

Si un docente te solicita la Carpeta de Cursada para Portfolio de Asignatura tenés que entregarle una copia papel anillada y copia digital de tu carpeta de cursada del segundo cuatrimestre 06 el día de cierre de notas en la semana del 13 al 17 Noviembre de 2006.

#### ¿Los trabajos de Portfolio de Asignatura son originales o copias?

Los trabajos de Portfolio de Asignatura son

una COPIA en digital y en papel de la carpeta de cursada del alumno solicitada por el docente.

#### ¿El Portfolio de Asignatura se devuelve?

No, no se devuelve porque es una COPIA considerada material de estudio institucional para el trabajo de UP DC y el Docente.

#### ¿Como entrego la copia si mi carpeta de cursada incluye prototipos, maquetas o láminas de gran formato?

Junto con la copia impresa de mi carpeta de cursada puedo incluir un CD que contenga la digitalización de mi producción (fotografías digitales y archivos fuentes del trabajo) o también el docente puede hacer uso de la asistencia del Centro de Producción UP DC que brinda un servicio de asistencia fotográfica a los profesores cuyas asignaturas requieren de digitalización fotográfica de maquetas, prototipos, paneles, láminas de gran formato, objetos, etc. El Profesor/a podrá acercarse al Centro de Producción DC con los trabajos seleccionados o bien avisar de su solicitud con anticipación para poder hacer las fotografías durante el horario de su clase. Luego de realizadas tendrá que acercarnos un CD para la copia del material en digital el que luego verá de incluir en su presentación. Es importante mencionar y aclarar que el Centro de Producción DC no retiene, almacena ni se hace responsable de los trabajos seleccionados para fotografiar.

# Nuevos profesionales de Diseño y Comunicación

Felicitaciones a los nuevos profesionales que con gran esfuerzo, creatividad y pasión han obtenido su título de grado en la Facultad de Diseño y Comunicación. A continuación se publican fragmentos de las introducciones de los Trabajos Finales de Grado (TFG) escritos por sus autores.

## Diseño de Imagen Empresarial

**AGUSTINA GARCÍA SEEBER**  
"Buenos Aires cultural"

"El presente Trabajo Final de Grado muestra el recorrido realizado hasta lograr una marca única y distintiva para Buenos Aires, Paisaje Cultural en la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO. Para lograrlo se investigaron aquellos valores y cualidades que hacen de Buenos Aires una ciudad diferente."

**ALEJANDRO MALGOR**  
"Imagen e Historia. Identidad corporativa del Casco Histórico de la Ciudad de Buenos Aires"

"Este Trabajo Final de Grado cuenta cómo surge la marca del Casco Histórico de la Ciudad de Buenos Aires, desde sus orígenes conceptuales hasta el desarrollo de implementaciones complejas de la marca. A partir de estos lineamientos se elaboró un proyecto destinado a proveer al Casco Histórico de un signo identificador que lo represente, al mismo tiempo que se elaboró un brand book con los lineamientos generales para la gestión de imagen de esa nueva identidad visual."

**JULIETA PULENTA**  
"Identidad estratégica"

"El siguiente Trabajo Final de Grado desarrolla todos los pasos que se deben tener en cuenta y debemos atravesar en la creación de un nuevo envase. Explica, investiga, resuelve e informa las razones de innovación para obtener un producto más rico en practicidad y funcionalidad. Plantea todos los puntos importantes y los valores a destacar. Desde la búsqueda de una necesidad hasta el desarrollo de la mejor solución posible."

## Diseño de Imagen y Sonido

**JIMENA MEZA**  
"Buenos Aires. Instalación Audiovisual"

"Partiendo de la hipótesis "¿Es posible generar un espacio artístico y cultural de vanguardia que muestre a la ciudad de Buenos Aires, sin caer en la obviedad turística?" se analizaron en primer lugar distintos artistas, grupos y obras ya realizadas con una concepción similar a la del producto deseado. Una vez definido el marco teórico y la línea a seguir se procedió a diseñar la instalación propiamente dicha: su arquitectura, su contenido y su difusión."

## Diseño de Interiores

**LUCILA DICKINSON**  
"El hombre y su hábitat"

"El presente trabajo final de grado trata sobre como la arquitectura y el diseño interior pueden influir en los hombres generando una mejor calidad de vida. Definiremos mejor calidad de vida como el hábitat sano en rela-

ción a los aspectos físicos, psíquicos y espirituales del hombre."

**VICTORIA PETRIELLA**  
"Agua - Hotel + Spa"

"En el siguiente proyecto se trabajó dentro del área del Diseño Interior, desarrollando como propuesta un hotel temático, cuya base en el servicio de Spa como elemento organizador, fuertemente vinculado al agua. Se realizó una investigación de esta tipología, desde su definición, como nace a partir de un concepto, hasta como se desarrolla en nuestros días."

**CONSTANZA TOMA**  
"Programa televisivo. El diseño a la pantalla"

"El objetivo de este proyecto es ofrecerle a las empresas de diseño y de la construcción una alternativa útil y rentable para maximizar los beneficios que pueden obtener al publicitar sus productos. El modo es creando un programa de televisión abierta que genere el espacio para que puedan mostrar sus productos y las diferentes opciones que éstos proponen de una manera efectiva, dinámica e innovadora. Aportando así valor a su imagen de marca, para capturar a los potenciales consumidores y así incrementar sus ingresos."

## Diseño Textil e Indumentaria

**GABRIELA MACCARONE**  
"Psicología del calzado"

"En este trabajo indagaremos sobre la aplicación de la psicología en el marketing y los estudios de consumo tomando el caso del calzado. Este, como cualquier otro objeto que ha estado presente en nuestro acervo cultural desde antaño, ha sido revestido de una particular capacidad de simbolizar, de denotar diferentes significados."

## Licenciatura en Comunicación Audiovisual

**RODRIGO PODESTÁ**  
"La pobre convocatoria del cine argentino"

"El cine en nuestro país tiene muchos problemas y la publicidad es uno muy importante, pero a su vez hay soluciones para ello y lo que queremos lograr es contribuir con ideas nuevas. A lo largo de los capítulos encontraremos cómo es el proceso de difusión de un film, veremos si la TV ayuda o perjudica al cine, cómo es la relación entre estos dos medios masivos tan similares y tan diferentes a la vez."

## Licenciatura en Publicidad

**VANESA DELFINO**  
"Cultura, consumo y comportamiento del consumidor en la globalización"

"El objetivo principal de este trabajo es el relanzamiento de una marca que ha desapa-

recido años atrás en nuestro país y que consideramos poder reflotarla para que vuelva a dar frutos y pueda permanecer a través del tiempo. La marca seleccionada es Mango España cuya función es la creación de indumentaria femenina y que estuvo en nuestro país en el año 1998, viéndose obligada luego en el 2002 a retirarse de nuestro mercado."

**MARÍA LAURA RAMÍREZ**  
"El marketing de la experiencia como estrategia del multiespacio"

"En el mercado actual, así como en nuestra realidad cotidiana como comunicadores, a la hora de emprender un nuevo negocio ó plantear un cambio de rumbo para una organización, nos encontramos con dos fuertes barreras de ingreso: los consumidores, por su constante cambio de actitudes, y rol protagónico actual, y las organizaciones, que sean grandes o pequeñas sienten temor por lo nuevo, y no se encaminan hacia otros rumbos por miedo a lo desconocido."

**LUCAS ALBERTO RIVARA**  
"In-Store Marketing. El merchandising de hoy"

"In-Store Marketing: El Merchandising de hoy, es una idea que surgió a partir del análisis de las distintas técnicas de comunicación publicitaria utilizadas en medios no masivos, es decir, below the line. En otras palabras, es una apreciación sobre el concepto de merchandising y su evolución a lo largo de los últimos años."

**MARTÍN DAVID TAUSSIK**  
"Direct Marketing"

"Alguno de los temas más importantes que se tratan dentro de este trabajo son: el Marketing Relacional, cómo es el nuevo consumidor, lo que representan las marcas hoy en día en los consumidores y la importancia de las mismas. Lo que es el Customer Relation Management y su importancia dentro de las empresas para tener clientes por mucho más tiempo y contentos. Cómo privilegia al consumidor el CRM como target de la comunicación y cómo le da un valor personal."

## Licenciatura en Relaciones Públicas

**MAYTE MARÍA ANABEL BACHEI**  
"Una ciudad, una marca"

La creación de la Marca para Villa Mercedes, trae muchos beneficios, ya que esta ciudad tiene riquezas que no son explotadas, y que a través de esta marca, y de una buena estrategia de comunicación de la misma son dadas a conocer a más públicos. Otorgándole así a la ciudad un mayor prestigio.

**CAMILA FREILE**  
"Comunicación interna en PYMES"

"Hoy en día en la Argentina muchos empresarios, estudiantes y jóvenes profesionales se

preguntan acerca de las habilidades que deben poseer para la conducción de una PyME. En este trabajo se promoverá la utilización de herramientas de comunicación interna en las PyMEs para poder llevar adelante la conducción de la empresa con éxito."

**SEBASTIÁN RODRÍGUEZ**  
"Auditoría de Imagen como eje estratégico"

"La finalidad de este Trabajo es mostrar cómo las auditorías no son una simple metodología de investigación para las organizaciones, sino que son el eje generador de la estrategia comunicacional, con resultados influyentes en el proceso de elaboración de las estrategias competitivas y organizacionales."

**RODRIGO MARTÍN SIERRA**  
"Fusioname. Movicom/Unifon"

"2005, será recordado entre otras cosas por ser el año testigo de un fenómeno: la fusión de Unifón con Movicom, cuyo resultado es Movistar. Este nombre, se volvió la marca principal de Telefónica Móviles, compañía a su vez parte del Grupo Telefónica. El resultado de este trabajo evidenciará una dualidad dentro de la empresa: comunicar para adentro vs. comunicar para afuera. ¿Qué es prioritario en un proceso de cambio radical, cómo lo es una fusión? El cambio debe nacer desde adentro de la empresa para su mercado y no a la inversa."

**MIGUEL ÁNGEL SOSA**  
"Responsabilidad social empresarial"

"Asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad será para el mundo entero la peor catástrofe vivida. Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos. Por afectados que estemos, es hora de replantear la responsabilidad social de la empresa en todas sus dimensiones."



Vanesa Delfino en la puerta de la Universidad de Palermo festejando la aprobación del último examen de su carrera

## diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oechev@palermo.edu.ar)  
Diseño: Constanza Togni  
Textos: Romina Pinto  
Fotografía: Agustina Jait - Fernando Servente  
Tirada: 10.000 ejemplares

Universidad de Palermo.  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Mario Bravo 1050, 5º piso, 5199 4500  
mtogni@palermo.edu.ar  
www.palermo.edu.ar



Mayte Bachei

Vanesa Delfino

Camila Freile

Agustina García Seeber

Gabriela Maccarone

Julieta Puleta

Victoria Petriella

María L. Ramírez

Constanza Toma